

COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Olhares Criativos:

**Uma investigação sobre a inovação no artesanato
tradicional no contexto das Indústrias Criativas**

Ana Margarida Ferreira Vasco

M

2024



Ana Margarida Ferreira Vasco

Olhares Criativos:

Uma investigação sobre a inovação no artesanato tradicional no contexto das Indústrias Criativas

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, orientada pela Professora Doutora Maria Manuela Pinto e pela Professora Doutora Alice Duarte

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2024

*A todos os criativos mestres do artesanato português,
que tecem com as mãos as histórias reinventadas do futuro.*

*Que este trabalho seja uma ponte
entre a vossa herança e as gerações futuras.*

Sumário

Declaração de honra	VII
Agradecimentos.....	VIII
Resumo	X
Abstract	XI
Índice de figuras	XII
Índice de tabelas.....	XIII
Lista de abreviaturas e siglas	XIV
Introdução	1
i. Motivação e questão de partida	1
ii. Metodologia.....	3
iii. Estrutura da dissertação	7
Capítulo 1. Património cultural	11
1.1. O conceito de património	11
1.2. A memória e o património cultural.....	15
1.3. A invenção das tradições	17
1.4. As Convenções e as Cartas Patrimoniais Internacionais	18
Capítulo 2. Breve história do artesanato em Portugal.....	24
2.1. Raízes e trajetória histórica	24
2.2. Influências internacionais: o eco do movimento Arts & Crafts	29
2.3. Registos folcloristas do artesanato tradicional em Portugal	31
2.4. O Estado Novo e a revitalização do artesanato tradicional.....	34
2.5. Da Revolução dos Cravos à valorização contemporânea	39
2.6. A certificação de produtos artesanais em Portugal.....	44
Capítulo 3. As Indústrias Criativas	48
3.1. Definição e desenvolvimento das Indústrias Criativas	48
3.2. A propriedade intelectual.....	50
3.3. O artesanato como subsetor das Indústrias Criativas	52
Capítulo 4. A criatividade e a inovação	54
4.1. A criatividade como raiz do processo criativo	54
4.2. O conceito de inovação	54
4.3. Os possíveis obstáculos à inovação nas artes tradicionais artesanais	56

4.4. As diferentes formas de inovação	58
Capítulo 5. Perspetivas do universo de informantes artesanais	62
5.1. Trajetórias, motivações e inspirações	65
5.2. O processo de certificação.....	68
5.3. A tradição e a inovação.....	72
5.4. O mercado: comunicação, <i>marketing</i> e gestão	77
5.4.1. Público-alvo	78
5.4.2. Precificação.....	79
5.4.3. Perceção sobre a concorrência.....	80
5.4.4. Parcerias	82
5.5. As políticas culturais	84
5.6. As relações com a comunidade	87
5.7. Visões sobre o futuro.....	91
Capítulo 6. Da ideia ao projeto da plataforma: uma proposta.....	93
6.1. O conceito.....	93
6.2. A estrutura.....	95
6.3. Os principais requisitos técnicos.....	96
6.4. Dados e gestão de conteúdo	97
6.5. Identidade visual e design da interface	98
6.5.1. Logótipo.....	98
6.5.2. Paleta de cores	99
6.5.3. Imagens e componentes da <i>interface</i>	99
6.6. Avaliação e métricas	99
6.7. Modelos de negócios.....	100
6.7.1. Análise SWOT	100
6.7.2. Business Model Generation – Canvas.....	102
6.8. Riscos e mitigações.....	104
Capítulo 7. OCRI em foco: uma análise da plataforma	105
7. 1. Análise do conteúdo	105
7.2. Usabilidade e Experiência do Utilizador (UX)	105
7.3. A inovação	106
7.4. Os desafios na produção	107
7.5. Reflexões teóricas.....	107

7.6. Recomendações estratégicas	108
Considerações finais	110
Referências bibliográficas	115
Anexos	126
Anexo I . Parecer da Unidade de Proteção de Dados da UPorto	128
Anexo II . Decisão reitorial da UPorto sobre a proteção de dados	130
Anexo III . Consentimento informado	131
Anexo IV . Protocolo de observação participante	133
Anexo V . Entrevistas com os artesãos e a responsável pelo processo de certificação.....	136
Anexo VI . Codificação das entrevistas com os artesãos certificados.....	281
Anexo VII . Codificação da entrevista com a responsável pela certificação	318
Anexo VIII . Tabela de inovações identificadas na análise	332
Anexo IX . Peças jornalísticas para a plataforma	335
Anexo X . Protocolo para colaboradores - Diretrizes para a participação com recriações na plataforma OCRI - Olhares Criativos	359
Anexo XI . Apresentação visual da plataforma OCRI – Olhares Criativos	362

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação “Olhares Criativos: Uma investigação sobre a inovação do artesanato tradicional no contexto das Indústrias Criativas” é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (textos, trabalhos, ideias) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição de autoria, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito académico.

Declaro ainda que não utilizei ferramentas de inteligência artificial generativa (chatbots baseados em grandes modelos de linguagem) para realização de partes da presente dissertação.

Porto, setembro de 2024

Ana Margarida Ferreira Vasco

Agradecimentos

Este trabalho é o resultado da convergência de muitos olhares e de gestos de incentivo, cooperação e confiança. Há cerca de dois anos, parecia impossível enfrentar o desafio dos meus sonhos ousados, das minhas imensas limitações e inseguranças e da teimosia em pesquisar e valorizar um dos subsetores mais tradicionais das Indústrias Criativas, o artesanato. No entanto, o apoio excecional das pessoas que menciono aqui, assim como outros amigos que, de maneira silenciosa ou anónima, estiveram presentes na minha vida, tornou possível a materialização deste sonho.

Agradeço, primeiramente, às minhas orientadoras, Doutora Manuela Pinto e Doutora Alice Duarte, pelo rigor acadêmico que tanto me desafiou e por expandirem as minhas percepções, guiando-me com muita paciência e sabedoria em cada etapa deste trabalho. Sou imensamente grata pelo exemplo humano que ambas me deram ao longo deste processo. São verdadeiramente mulheres extraordinárias.

Agradeço à Izabela, Nana e Clarice Vasco, minhas filhas, que me ofereceram todo o suporte emocional e sempre me lembraram da importância de persistir, de ser valente. Vocês são a razão de tudo. Ao Christian, pelo apoio incondicional e por segurar a minha mão no momentos em que eu pensava estar no escuro. Ao Luke, Francisco e Jorge Vasco e às suas famílias, por estarem sempre tão presentes na minha vida, mesmo quando não os vejo. Ao Meu Mestre Muanis, Amigo onipresente. Aos meus queridos amigos: Francisco Campos, Patrícia Sá Carneiro e Teresa Sá, que me apresentaram com lucidez, delicadeza e muitas gargalhadas ao longo deste processo. Agradeço aos meus três pais, Ruy, Margarida e Graziela, que, apesar de não poderem ler este trabalho, estão em cada página através da força e do amor que me transmitiram.

Aos professores Doutores António Machuco, Armando Malheiro e Paulo Faustino, que me ajudaram a amadurecer como investigadora e a perceber que a insistência nas minhas próprias convicções é parte essencial do processo de construção académica.

Agradeço imensamente à Teresa Costa e à Diana Barbosa, da A. Certifica, pela parceria, confiança e pelo exemplo de determinação e correção, ao Mário Linhares e à Lara Ferreira, pelas ideias iniciais, e ao grupo Valor do Tempo, cujo trabalho inovador dedicado ao setor artesanal foi uma fonte de inspiração para a realização desta dissertação.

Agradeço de forma muito especial aos queridos artesãos que moldaram esta jornada com suas histórias, conhecimentos e com uma impressionante dedicação ao ofício: Alice Gordino, Arlindo Moura , Anabela, Fátima e Paula Oliveira, Celeste Ferreira, Céu Salazar, Cidália Trindade, Conceição Messias, Cristina Gomes, Fernanda Novo, Geny Seixas, Isabel Pires, Isa Silva, Mina Gallos e Ricardo Fonseca. Recebam a minha reverência e admiração profunda.

Por fim, manifesto o meu reconhecimento a todos – artesãos, profissionais que atuam em museus, bibliotecas, centros de referência, projetos de certificação e pesquisa, estudiosos, académicos e comerciantes – que, com as suas diversas perspetivas e práticas, contribuem para o fortalecimento do artesanato, transformando-o num exemplo de criatividade, beleza e sustentabilidade em Portugal e no mundo.

Resumo

Esta dissertação investiga as políticas e práticas de preservação e promoção do artesanato tradicional em Portugal, bem como as inovações neste subsetor, como forma de assegurar o seu desenvolvimento sustentável e a sua relevância cultural no contexto das Indústrias Criativas. A investigação adotou uma abordagem interdisciplinar e transdisciplinar, combinando conceitos das Ciências da Comunicação e da Informação, dos Estudos do Património, da História, da Política e Economia Cultural, da Antropologia e da Gestão. O estudo foca-se nos desafios enfrentados pelo artesanato certificado, frequentemente percebido como estático e limitado por normas rigorosas de qualidade, e analisa como estratégias de inovação podem ser integradas para revitalizar todo o subsetor, preservando a sua integridade e adaptando-o às exigências contemporâneas do mercado. Foram utilizados métodos qualitativos, como entrevistas e observação participante, para compreender as perceções dos artesãos sobre vários aspetos como a inovação, o mercado, os desafios associados à certificação ou as implicações de diferentes políticas públicas. Os resultados indicam que a preservação do artesanato tradicional depende também das inovações e das reinterpretações que continuamente o reintegram na comunidade. A investigação mostra, ainda, que as políticas públicas em Portugal têm priorizado o capital cultural institucionalizado, por vezes em detrimento do capital cultural incorporado, o que pode limitar a inovação no artesanato. Como resultado prático desta investigação, foi desenvolvida a plataforma “OCRI – Olhares Criativos”, um instrumento / espaço mediador e colaborativo da infocomunicação humana e social, através do suporte tecnológico, que se propõe valorizar os artesãos, os artefactos e as suas histórias, promovendo, simultaneamente, a reinterpretação do artesanato tradicional à luz das Indústrias Criativas. Conclui-se que o equilíbrio entre a inovação e a preservação das tradições é essencial para o desenvolvimento sustentável do artesanato no contexto das ICs. Este estudo contribui para o campo ao fornecer um referencial teórico e prático que pode orientar futuras investigações e políticas públicas, enfatizando a importância de considerar o património cultural como um processo vivo e em constante reinterpretação.

Palavras-chave: Artesanato tradicional, Gestão de Indústrias Criativas, Inovação, Património Cultural, Plataforma digital

Abstract

This dissertation investigates the policies and practices of preserving and promoting traditional crafts in Portugal, as well as the innovations within this subsector, as a means of ensuring its sustainable development and cultural relevance within the context of the Creative Industries. The research adopted an interdisciplinary and transdisciplinary approach, combining concepts from Communication and Information Sciences, Heritage Studies, History, Cultural Politics and Economics, Anthropology, and Management. The study focuses on the challenges faced by certified crafts, often perceived as static and limited by strict quality standards, and analyses how innovation strategies can be integrated to revitalise the entire subsector, preserving its integrity while adapting it to contemporary market demands. Qualitative methods, such as interviews and participant observation, were employed to understand artisans' perceptions of various aspects, including innovation, the market, challenges associated with certification, and the implications of different public policies. The findings indicate that the preservation of traditional crafts also relies on innovations and reinterpretations that continuously reintegrate them into the community. Furthermore, the research shows that public policies in Portugal have prioritised institutionalised cultural capital, sometimes to the detriment of embodied cultural capital, which may limit innovation in crafts. As a practical outcome of this research, the platform “OCRI – Olhares Criativos (Creative Gazes)” was developed, a collaborative and mediating infocommunication instrument/space through technological support, which aims to promote artisans, their artefacts, and their stories, while simultaneously fostering the reinterpretation of traditional crafts in the light of the Creative Industries. The conclusion is that balancing innovation with the preservation of traditions is essential for the sustainable development of crafts within the context of the Creative Industries. This study contributes to the field by providing both a theoretical and practical framework that can guide future research and public policies, emphasising the importance of considering cultural heritage as a living and continuously reinterpreted process.

Keywords: Traditional Craftsmanship, Creative Industries Management, Innovation, Cultural Heritage, Digital Platform

Índice de figuras

FIGURA 1 - LOGÓTIPO	98
---------------------------	----

Índice de tabelas

TABELA 1 - ETAPAS DA INVESTIGAÇÃO	5
TABELA 2 - PRODUTOS CERTIFICADOS SELECIONADOS	6
TABELA 3 - TÉCNICAS ADOTADAS NA FASE DE TRABALHO EMPÍRICO	62
TABELA 4 - ANÁLISE DAS ENTREVISTAS	63
TABELA 5 - ANÁLISE SWOT DA PLATAFORMA OCRI - OLHARES CRIATIVOS	101
TABELA 6 - O MODELO DE NEGÓCIO DA PLATAFORMA OCRI - OLHARES CRIATIVOS.....	103
TABELA 7 - MATRIZ DE RISCO DA PLATAFORMA OCRI - OLHARES CRIATIVOS	104

Lista de abreviaturas e siglas

ASAE	AUTORIDADE DE SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONÓMICA
CCCPAT	COMISSÃO CONSULTIVA PARA A CERTIFICAÇÃO DE PRODUÇÕES ARTESANAIS TRADICIONAIS
CEARTE.....	CENTRO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL PARA O ARTESANATO E PATRIMÓNIO
CITF	CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE
CMS	CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO)
CRAA	CENTRO REGIONAL DE APOIO AO ARTESANATO DOS AÇORES
CRAT	CENTRO REGIONAL DE ARTES TRADICIONAIS
CUP	CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS
DAP	DISCURSO AUTORIZADO DO PATRIMÓNIO
DCMS	DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT
DOS	DENOMINAÇÕES DE ORIGEM
DOPS	DENOMINAÇÕES DE ORIGEM PROTEGIDAS
FIA	FEIRA INTERNACIONAL DO ARTESANATO
IC.....	INDÚSTRIA CRIATIVA
ICOM	CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS
ICOMOS	CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS
IEFP	INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL
IGs	INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS
IGPs.....	INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS
IS	INOVAÇÃO SOCIAL
IPAC	INSTITUTO PORTUGUÊS DE ACREDITAÇÃO
JCCP	JUNTA CENTRAL DAS CASAS DO POVO
KPIs	INDICADORES CHAVE DE DESEMPENHO
MAP	MUSEU DE ARTE POPULAR
ONU	ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS
OMC.....	ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO
PC.....	PATRIMÓNIO CULTURAL

PCI.....	PATRIMÓNIO CULTURAL IMATERIAL
PI.....	PROPRIEDADE INTELECTUAL
PIB	PRODUTO INTERNO BRUTO
PPART	PROGRAMA PARA A PROMOÇÃO DOS OFÍCIOS E DAS MICROEMPRESAS ARTESANAIS
RNA.....	REGISTO NACIONAL DO ARTESANATO
TRIPS.....	ACORDO SOBRE OS ASPETOS DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL RELACIONADOS AO COMÉRCIO
UNESCO	ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA
UNCTAD	CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO
UPA	UNIDADE PRODUTIVA ARTESANAL

Introdução

i. Motivação e questão de partida

Desde jovem, sou fascinada pelas artes manuais que, a partir de ferramentas ásperas, transformam materiais simples em objetos cheios de significado, conjugando memória, estética e funcionalidade. Valorizo a simplicidade, a singularidade e a delicadeza. Aprecio o improvável, o aparentemente irrealizável e, sobretudo, a inovação no processo de criar. Nascida em África e filha de portugueses, cresci imersa na riqueza material e imaterial dos objetos artesanais, fruto da herança cultural dos meus pais e do vibrante contexto africano. Esta conexão profunda com o artesanato foi fortalecida durante vários anos de trabalho como jornalista em Minas Gerais, Brasil, onde tive várias oportunidades de explorar o tema, contribuindo com textos para publicações impressas e digitais.

A paixão pelo artesanato, aliada à minha formação e experiência na área de Comunicação e à pós-graduação em Arquitetura da Informação, forneceu-me ferramentas valiosas para analisar e organizar a informação cultural. Esses elementos levaram-me a embarcar num mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, com o ousado objetivo de explorar a interseção entre a inovação e a tradição no artesanato tradicional.

Apesar de frequentemente visto como um subsetor menos glamouroso dentro das Indústrias Criativas, o artesanato possui uma importância económica incontestável, impulsionando o turismo, promovendo o desenvolvimento regional e demonstrando que a tradição é sustentada pela inovação. Contudo, o artesanato tradicional enfrenta desafios: tornou-se mais raro, mais valioso e, por isso, menos acessível a todos. A escassez de novos profissionais qualificados, as dificuldades em adaptar-se às exigências de um mercado competitivo e globalizado e as questões relacionadas com a propriedade intelectual são outros dos obstáculos que o subsetor enfrenta. Além disso, há estereótipos negativos que subvalorizam os artesãos e os seus artefactos, nascidos da profunda ignorância a respeito desse subsetor.

O meu interesse específico reside no artesanato certificado, que enfrenta desafios adicionais ao ter de se adequar a normas e padrões de qualidade, sendo muitas vezes

percebido como algo estático e imutável, preso ao passado. No entanto, as tradições e os artefactos são constantemente reinterpretados, incorporam diversas formas de inovação e refletem o contexto social, político e económico da comunidade. Com este trabalho, pretendo **investigar como a inovação pode ser integrada de forma eficaz na preservação, na promoção e no desenvolvimento sustentável do artesanato tradicional em Portugal, mantendo-o vivo e relevante**. Os objetivos específicos incluem: analisar as dinâmicas contemporâneas do artesanato tradicional e as tensões entre preservação e inovação; investigar as perceções e experiências dos artesãos certificados em relação à inovação e certificação; explorar o impacto das políticas públicas na promoção ou limitação da inovação no subsetor; desenvolver a plataforma digital **OCRI – Olhares Criativos** (www.ocri.pt) como ferramenta de valorização e reinterpretação do artesanato e avaliar como as estratégias de inovação podem contribuir para a sustentabilidade cultural e económica das comunidades artesanais.

Esta investigação nasce das Ciências da Comunicação e Informação e explora a sua interdisciplinaridade e transdisciplinaridade com outras áreas. O foco recai sobre o artesanato, enquanto subsetor das Indústrias Criativas e sobre as dinâmicas que o envolvem, com ênfase na intersecção entre inovação, gestão, economia e património cultural. Neste contexto, conceitos como “fluxo infocomunicacional” e “mentefacto”, este último entendido como o produto da consciência, da mente, da razão e da inteligência humana, num processo mental e emocional (Silva, 2006) que se expressa e materializa de forma orgânica e criativa em artefactos, oferecem perspetivas adicionais para compreender a maneira como a informação / conhecimento é produzida, organizada e transmitida no âmbito do artesanato tradicional. Apontando-se, também aqui, para o conceito de plataforma digital, o suporte tecnológico e instrumento mediador da infocomunicação humana e social (Passarelli, 2014, p. 116).

O fundamento teórico central desta dissertação é o argumento de que o património cultural deve ser entendido menos como uma entidade física a ser preservada e mais como um processo ativo de envolvimento e de reinterpretação (Smith, 2006). Esse entendimento desafia as práticas tradicionais de gestão patrimonial que frequentemente priorizam aspetos materiais em detrimento das experiências e dos

valores das comunidades. A investigação analisa como as estratégias de inovação podem ser implementadas no artesanato tradicional, preservando e respeitando o saber-fazer e a dinâmica histórica dos produtos artesanais. Adicionalmente, explora-se como as políticas de certificação e a salvaguarda do património podem limitar ou incentivar a inovação tanto no subsetor como nos processos criativos e nas práticas diárias dos artesãos.

A plataforma digital **OCRI – Olhares Criativos**, resultado prático desta investigação, consolida os *insights* do estudo e materializa as dinâmicas informacionais, facilitando a valorização e a divulgação do artesanato tradicional, além de promover a reinterpretação dos seus artefactos e das suas histórias. A plataforma demonstra como o artesanato tradicional pode ser revitalizado por meio da comunicação, inovação e dos olhares criativos, destacando a importância da colaboração da comunidade criativa na sustentação e renovação contínua dessas práticas culturais.

Para garantir a clareza e a precisão na comunicação, delimita-se a terminologia utilizada ao longo desta dissertação. O termo **artesanato** é utilizado para englobar todo o subsetor pertencente às ICs, incluindo as produções artesanais contemporâneas. Refere-se à criação de produtos feitos à mão, frequentemente com um forte componente artístico e cultural, variando desde objetos decorativos e utilitários a peças de moda e *design*. O artesanato tem uma importância económica e cultural significativa, contribuindo para a criação de empregos, a promoção do turismo e a preservação das identidades culturais. Dentro do vasto campo do artesanato, as **artes tradicionais artesanais** ou o **artesanato tradicional** referem-se a produções com longa história e tradição, transmitidas intergeracionalmente, como os tapetes de Arraiolos, a tecelagem de Mértola e os bordados da Madeira. Um subgrupo é constituído pelas **artes tradicionais artesanais certificadas** ou **artesanato certificado**. Estes termos referem-se às produções que possuem certificação, o que exige a adoção de métodos tradicionais e o respeito por normas específicas, para a proteção das tradições culturais contra a perda de padrões históricos e culturais, a imitação e a produção em massa.

ii. Metodologia

A metodologia da investigação é composta por diferentes fases e atividades, que são detalhadas ao longo dos capítulos desta dissertação, com uma identificação clara das técnicas e instrumentos de recolha de dados. Neste ponto, apresenta-se uma visão geral que reúne os principais elementos que sustentam a investigação realizada.

A metodologia geral fundamenta-se, principalmente, na interdisciplinaridade e transdisciplinaridade, conceitos centrais que guiam a análise e a integração de diferentes áreas de conhecimento. A interdisciplinaridade envolve a colaboração e a interação entre várias disciplinas, enquanto a transdisciplinaridade busca transcender essas fronteiras disciplinares para construir uma nova compreensão (Pombo, 1994) que, no caso, abranja a complexidade do artesanato tradicional no contexto das Indústrias Criativas. Esses conceitos são essenciais para abordar o artesanato como um fenómeno cultural dinâmico, envolvendo elementos das Ciências da Comunicação e da Informação, Estudos do Património, História, Política e Economia Cultural, Antropologia e Gestão. Os conhecimentos provenientes dessas disciplinas são fundidos para permitir uma visão mais holística, que não apenas combina perspetivas distintas, mas que vai além de cada disciplina individual (Pombo, 2004) e integra as dimensões de preservação, inovação e reinterpretação do artesanato tradicional para gerar novos entendimentos e abordagens de conhecimento e ação.

A questão de investigação, os objetivos e a análise dos conceitos macro, apresentados nos capítulos iniciais, orientaram o estudo para uma abordagem metodológica qualitativa, que se justifica pela necessidade de compreender profundamente os processos e impactos das ações inovadoras na preservação das técnicas e dos saberes tradicionais e na adaptação às dinâmicas culturais e económicas contemporâneas. O objetivo é oferecer uma compreensão ampla de como as práticas e os produtos tradicionais podem ser simultaneamente preservados e inovados, sustentando a sua relevância como património cultural no contexto das Indústrias Criativas. Com esta investigação, procura-se contribuir para a mudança do discurso teórico e prático, proporcionando uma visão abrangente e crítica sobre as interseções entre inovação, património cultural e gestão cultural; e sugerindo como as políticas

culturais podem ser formuladas para incentivar a inovação, respeitando e preservando o património cultural. A **Tabela 1** mostra as etapas desta investigação.

Tabela 1 - Etapas da Investigação

Fase	Descrição
Fase 1 Estudo e Trabalho Empírico	Planeamento do Projeto e Abordagem Metodológica: Definição do âmbito, plano e cronograma da dissertação, Preparação e apresentação à Unidade de Proteção de Dados da UPorto dos instrumentos de investigação (guiões de entrevistas, protocolos de observação, consentimentos informados). Revisão de Literatura: Enquadramento teórico Coleta de Dados: Observação participante e entrevistas semiestruturadas com artesãos certificados e com o Instituto de Certificação. Análise de Dados
Fase 2 Desenvolvimento da Plataforma	1. Especificações da Plataforma: Definição de requisitos, design, tecnologia e métricas. 2. Criação da Plataforma: Desenvolvimento da estrutura e funcionalidades da plataforma. 3. Contacto com Produtores e Curadoria 4. Criação do Conteúdo: Produção de material visual e textual para a plataforma. 5. Realização de Testes 6. Lançamento da Plataforma. Avaliação: Análise dos dados, apresentação dos resultados e conclusão.

Entre os 26 produtos tradicionais certificados em Portugal¹, sete foram selecionados para a fase de pesquisa empírica. A seleção foi baseada nos seguintes critérios: o tipo de produto; a representatividade em termos de inovações implementadas; a diversidade cultural; o impacto económico; a interação com o mercado contemporâneo; a popularidade e o reconhecimento (nacional e internacional); a facilidade de obtenção de informações; e a inclusão do produto na lista do Património Cultural Imaterial da UNESCO. Este último critério garantiu a escolha de produtos que passaram pelo processo de patrimonialização internacional.

O recorte para a pesquisa empírica permitiu uma análise detalhada e aprofundada, mantendo a exequibilidade em termos de recursos e tempo, dadas as limitações

¹ Os produtos artesanais certificados de Portugal, até setembro de 2024, em ordem alfabética, são: Barro Preto de Olho Marinho, Bonecos de Estremoz, Bordado de Castelo Branco, Bordado de Crivo de S. Miguel da Carreira, Bordado de Guimarães, Bordado de Tibaldinho, Bordado de Viana do Castelo, Camisola Poveira, Cantarinhas dos Namorados de Guimarães, Cavaquinho de Portugal, Entrançados de Palha de Fafe, Estanhos Artísticos da Bodiosa, Figurado de Barcelos, Filigrana de Portugal, Junça de Beselga de Penedono, Junco de Forjães, Lenços de Namorados do Minho, Louça Preta de Molelos, Olaria de Barcelos, Renda de Bilros de Peniche, Rendas de Bilros de Vila do Conde, Traje à Vianesa de Viana do Castelo, Viola Amarantina, Viola Beiroa de Portugal, Viola Braguesa de Portugal, Viola da Terra dos Açores.

logísticas e financeiras da investigação. Os produtos escolhidos refletem um equilíbrio entre arte, história, inovação e impacto económico e cultural, cada um com características distintas, fundamentais para compreender a complexidade e a riqueza das tradições artesanais em Portugal. Com esta seleção, pretendeu-se captar uma imagem abrangente do artesanato tradicional e da sua evolução no contexto atual. A descrição dos objetos de estudo selecionados é apresentada na **Tabela 2**.

Tabela 2 - Produtos certificados selecionados

Produtos em Estudo	Descrição
Bonecos de Estremoz	A arte dos Bonecos de Estremoz, inscrita na lista do PCI pela UNESCO em 2017, data do século XVII. Este ofício é também uma forma de compreender a história e as tradições do Alentejo.
Bordado de Castelo Branco	O de Castelo Branco é um dos mais emblemáticos bordados de Portugal. Destaca-se pelas suas técnicas de produção e motivos simbólicos profundos que refletem crenças e tradições locais. Com produção demorada, é um exemplo de preservação artesanal e de inovação na criação de peças menores.
Camisola Poveira	Símbolo da identidade cultural e herança marítima local. A cópia por uma estilista americana acelerou a certificação, oferecendo uma perspetiva sobre a preservação do artesanato e a transição cultural contemporânea.
Figurado de Barcelos	É um exemplo de criatividade e destreza artesanal, que reflete tradições e valores culturais de todo o país. Possui uma história importante para a identidade nacional.
Filigrana de Portugal	É reconhecida tanto em Portugal quanto internacionalmente, tendo sido inscrita na lista do PCI pela UNESCO em 2003. É a única certificação cuja produção não está centralizada em uma só região do país.
Junco de Forjães	Produzido em Forjães desde o século XIX, o artesanato em junco envolve a colaboração familiar. Atualmente, apenas uma esteireira é certificada, o que destaca a importância da preservação desta arte.
Renda de Bilros de Vila do Conde	É uma das formas de artesanato mais reconhecidas e tradicionais em Portugal, simbolizando uma notável habilidade e precisão artesanal.

Nesta investigação, adota-se uma postura ética de total respeito pelos direitos e privacidade dos participantes. Todos foram informados sobre o propósito e a natureza do estudo, assegurando a participação voluntária, baseada em consentimento

informado. Excertos das entrevistas e conteúdos resultantes destas interações poderão ser integrados na plataforma digital ou divulgados nas redes sociais, com a autorização dos entrevistados. A confidencialidade é prioridade, assegurando-se que nenhuma informação sensível seja divulgada sem consentimento. Devido a questões históricas e diferenças culturais, adotar-se-ão práticas rigorosas de documentação e revisão, para assegurar que a informação permaneça relevante e precisa. O trabalho respeita as normas de certificação e as histórias do artesanato tradicional e incentiva recriações feitas dentro do contexto cultural, histórico e social respetivo. Foram adotadas práticas sustentáveis no desenvolvimento da plataforma digital, incluindo o uso responsável de recursos e a consideração dos impactos ambientais das produções de colaboradores. Questões de propriedade intelectual são respeitadas, garantindo os direitos de autor dos artesãos e colaboradores, com criações devidamente creditadas. O compromisso em respeitar e valorizar o património cultural português é mantido desde a recolha dos dados até a apresentação dos resultados.

iii. Estrutura da dissertação

A estrutura desta dissertação foi concebida para ilustrar como as práticas artesanais, enquadradas nas dinâmicas das Indústrias Criativas, evoluem e se adaptam às novas realidades. Organizada em uma sequência lógica e progressiva, cada capítulo aprofunda uma faceta distinta do artesanato, explorando a sua história, a sua integração nas dinâmicas económicas contemporâneas e as possibilidades da sua reinterpretação.

No **Capítulo 1** da dissertação, explora-se a evolução do conceito de património cultural, uma base fundamental para este trabalho. Destaca-se a transição de uma perspetiva material e nacional para uma visão mais inclusiva e diversificada que abrange tanto aspetos tangíveis quanto intangíveis. Dá-se ênfase à abordagem de L. Smith (2006), que defende que o património cultural é uma construção dinâmica, relacionada com as práticas e os valores de uma comunidade. Também se explora a interação entre memória, identidade e tradições dentro das comunidades, ressaltando como as novas interpretações e a invenção de tradições influenciam a preservação patrimonial. Por fim, examina-se o papel das Convenções e Cartas internacionais na formação de políticas de

gestão do património cultural. Este capítulo estabelece um enquadramento teórico para compreender as práticas de preservação e gestão do património cultural, considerando a necessidade de adaptação e inovação no contexto contemporâneo.

No **Capítulo 2**, explora-se a trajetória do artesanato em Portugal, destacando suas origens profundas e a influência de diversas culturas ao longo dos séculos. Aborda-se os efeitos do movimento *Arts & Crafts* e a pesquisa folclorista que ajudou a documentar e preservar as tradições artesanais como elementos essenciais da identidade nacional. Analisa-se também como o regime do Estado Novo utilizou o artesanato para promover valores nacionalistas, e como, após a Revolução dos Cravos, o artesanato tradicional foi revalorizado e adaptado às dinâmicas contemporâneas das Indústrias Criativas, passando-se a dar mais ênfase ao capital cultural institucionalizado. Detalha-se o processo de certificação de produtos artesanais em Portugal e destaca-se a sua importância para preservar tradições e valorizar os artesãos.

No **Capítulo 3**, investiga-se o conceito das Indústrias Criativas (ICs), enfatizando a sua evolução desde a década de 1990 como um setor que integra criação, produção e comercialização de produtos culturais, destacando a inovação e o potencial económico. Discuto o papel essencial da propriedade intelectual em proteger e monetizar a criatividade, equilibrando a geração de riqueza com o acesso à cultura. Finalmente, analiso o artesanato como um subsector vital das ICs, reconhecendo os seus desafios e as suas oportunidades no contexto da globalização e das novas tecnologias e como ele contribui para a economia e a preservação de tradições culturais.

No **Capítulo 4**, aborda-se a importância da criatividade como base do processo criativo e a inovação como consequência da sua materialização em produtos, processos ou métodos. Discute-se como a criatividade impulsiona a arte através da inspiração e recombinação, enquanto o processo de inovação transforma essas ideias / conhecimento em valor prático e económico. Examinamos também como a inovação social aborda desafios sociais complexos através de soluções diferenciadas. Finalmente, destaco os obstáculos à inovação no artesanato tradicional, sublinhando a necessidade de uma abordagem que equilibre a preservação cultural com a inovação, usando o

modelo dos Dez Tipos de Inovação (Keeley et al., 2016) para explorar oportunidades de desenvolvimento sem comprometer as raízes culturais.

Ao longo destes capítulos, a conceção do artesanato como um património cultural dinâmico é aprofundada, culminando numa base teórica sólida para as interpretações das entrevistas realizadas. Explora-se o panorama do artesanato em Portugal, buscando oferecer perceções sobre a necessidade da valorização da inovação e da revitalização deste subsector das Indústrias Criativas.

No **Capítulo 5**, analisa-se as entrevistas realizadas com treze artesãos certificados e a responsável pela única entidade de certificação de produtos artesanais de Portugal, a A.Certifica. Explora-se as trajetórias, motivações e inspirações dos artesãos; avalia-se as perceções sobre o processo de certificação; examina-se a relação entre a tradição e a inovação, mostrando como a adaptação é essencial para a viabilidade comercial; discute-se as estratégias de comunicação, *marketing* e gestão no mercado artesanal; sintetiza-se as políticas culturais e seu impacto na valorização do capital cultural; destaca-se a importância das relações com a comunidade para a preservação e transmissão do saber artesanal. Finalmente, apresenta-se as visões dos artesãos sobre o futuro, que combinam preocupações com a perda de tradições e otimismo com a inclusão de práticas inovadoras.

No **Capítulo 6**, apresenta-se a plataforma digital **OCRI - Olhares Criativos**, uma aplicação prática das investigações realizadas. Descreve-se a estrutura da plataforma, os requisitos técnicos, a identidade visual e o *design* da *interface*, criados para destacar o artesanato tradicional e as suas recriações, além de definir as métricas de desempenho. Utilizo, ainda, a Análise SWOT, o Canvas do *Business Model Generation* e a Matriz de Risco, para definir o negócio, identificar pontos fortes e fracos, e desenvolver estratégias de mitigação de riscos, assegurando a sustentabilidade e eficácia da plataforma.

Por fim, no **Capítulo 7**, analisa-se a plataforma **OCRI - Olhares Criativos**, avaliando a sua eficácia em promover a interação entre a inovação e a tradição no artesanato tradicional. Examina-se o conteúdo, a usabilidade, as inovações os desafios na produção. Reflete-se sobre as tensões entre o capital cultural institucionalizado e o

incorporado e sobre como a **OCRI** desafia o discurso autorizado do património, contribuindo para uma visão mais inclusiva do património cultural. Conclui-se com estratégias de sustentabilidade e sobre o potencial da plataforma como modelo para outros projetos nas ICs, inclusive em contextos internacionais.

Capítulo 1. Património cultural

1.1. O conceito de património

A palavra “património” vem do latim “patrimonium” e era usada pelos antigos romanos para designar tudo o que era herdado dos antepassados, incluindo terras, escravos e objetos de valor. Inicialmente, o termo referia-se a bens materiais transmitidos de geração em geração no domínio privado (Funari & Pelegrini, 2006, p. 10; Souza & Crippa, 2011, p. 294). Contudo, a ideia de património como algo sob responsabilidade pública e digno de preservação é relativamente recente.

O conceito de património, como se entende hoje, é uma construção social e histórica, atribuída por sociedades ao longo do tempo e influenciada por fatores sociais, políticos e culturais. Historicamente, a noção moderna de património está ligada à emergência e consolidação dos Estados-nação, especialmente a partir do século XIX, e no seguimento do contexto da Revolução Francesa, iniciada em 1789.

A historiadora Françoise Choay (1992/2017, pp. 95-101), no livro *L'Allegorie du Patrimoine*, explora como a queda da monarquia dinástica em França altera a perceção social em relação a objetos artísticos e monumentos. Durante as lutas civis, o nacionalismo nascente e o receio da perda de bens valiosos fazem com que emergja um forte desejo de conservar símbolos imponentes e monumentos históricos como parte da identidade nacional francesa. Em 1789, a Assembleia Constituinte nacionaliza os bens do clero e apropria-se dos bens dos emigrados e da Coroa. Esta transferência massiva de propriedade para o Estado traz desafios de gestão e preservação, que culminam na implementação de políticas de conservação e na criação de órgãos dedicados à proteção do património (Choay, 2017, p. 98). Em 1790, cria-se a *Comissão Nacional dos Monumentos Históricos* para catalogar, proteger e preservar os monumentos históricos e artísticos franceses, salvaguardando-os como parte do património nacional num período de transformação intensa. No entanto, adota-se uma abordagem ambivalente: alguns bens são inventariados e preservados, enquanto outros são destruídos por motivos ideológicos, convertidos para novos usos ou vendidos para financiar o emergente Estado francês. Este contexto marca a evolução de uma ideia vaga de conservação para uma política pública efetiva, que inclui o inventário, registo e gestão

dos bens reconhecidos. O processo representa a “invenção” do conceito moderno de património, influenciando a forma como, hoje, é percebido e gerido.

A importância do património na construção da identidade nacional é inegável. Ao selecionar certos elementos do passado, os Estados-nação preservam objetos e criam uma narrativa partilhada que fomenta o sentimento de pertença e de unidade entre os cidadãos. Contudo, este processo também envolve a exclusão ou marginalização de partes do passado cultural que não se alinham com a narrativa nacional dominante. Este primeiro contexto é descrito por Agudo Torrico (2006, pp. 22-24) como o modelo “histórico-artístico-monumental”, no qual o património é primariamente associado às obras de arte e aos monumentos que representam a grandiosidade, as conquistas históricas e o poder dos Estados-nação emergentes.

A partir das décadas de 60 e 70 do século XX, a noção de património sofre uma expansão significativa, intensificada a partir dos anos 90. Esse alargamento decorre, em parte, daquilo que se convencionou chamar a “viragem cultural”, uma mudança paradigmática nas ciências humanas e sociais que coloca a cultura no centro das análises sociais, reinterpreta o seu papel na sociedade e traz à luz ideologias mais inclusivas que reconhecem a diversidade e a variabilidade das experiências culturais (Leal, 2013, p.4). Este segundo modelo de patrimonialização (Agudo Torrico, 2006, pp. 22-24), caracteriza-se, essencialmente, pela democratização. A partir dos anos 1960, uma variedade mais ampla de objetos e estruturas, como paisagens culturais ou elementos quotidianos, dinâmicos, populares e contemporâneos passam a poder ser entendidos como património e isso amplia, significativamente, o âmbito do que poderia ser valorizado e protegido. Houve também um alargamento geográfico: a ênfase deixa de estar apenas nos bens europeus ou de outras regiões historicamente dominantes, para incluir os patrimónios de todo o mundo, considerando a diversidade cultural das culturas globais.

Também se torna crescente o entendimento de que certos bens, pela sua importância cultural e histórica, transcendem o interesse particular de um Estado e necessitam de proteção e gestão universais. Há uma aceitação coletiva da necessidade de controlar e conservar estes bens, aceites como expressões da identidade histórica de

um povo ou da humanidade. Este reconhecimento coletivo marca uma mudança na forma como a sociedade percebe o património, não mais como uma coleção de objetos e monumentos isolados, mas como um legado cultural comum, fundamental para a compreensão e celebração das identidades e histórias coletivas.

A atuação de organismos internacionais dedicados à proteção do património, como a UNESCO (1945), o ICOM (1946) e o ICOMOS (1965) foi essencial, porque estimulou o debate sobre as políticas e as práticas de preservação patrimonial, ampliando as regras de intervenção e a possibilidade de patrimonialização das manifestações culturais. Estas organizações ajudaram a promover e a institucionalizar uma abordagem mais abrangente e diversificada do património, indo além dos monumentos e locais históricos para incluir manifestações culturais intangíveis e práticas comunitárias. Esta nova perspectiva influenciou até mesmo a terminologia. O termo “património”, antes ligado apenas aos bens “histórico-artísticos”, passou a ser adjetivado como “cultural”. Essa mudança mostra que o património não precisa de estar circunscrito às elites ou às artes eruditas, mas pode contemplar todos os aspetos da vida das pessoas.

A partir dos anos de 1990, a questão da diversidade cultural e o crescente interesse pela inclusão dos bens culturais imateriais impulsionam uma nova fase nas políticas de preservação e na noção de património (Sant’Anna, 2015). A “viragem cultural”, influenciada pela antropologia e pela ênfase na singularidade e na diversidade cultural, transforma a percepção do património, agora visto como um componente vivo e dinâmico, fundamental para a identidade e coesão social das comunidades (Leal, 2013, p.5).

A *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* (PCI), de 2003, baseada na noção antropológica de cultura, expande o conceito de património ao incorporar expressões culturais como tradições orais, artes performativas, práticas sociais, rituais, festividades, conhecimentos sobre a natureza e o universo, bem como saberes ligados ao artesanato, destacando o PCI como expressão da diversidade cultural mundial, essencial para a identidade cultural. A Convenção do PCI enfatiza a conexão entre o património, a memória e a identidade coletiva e promove uma perspectiva que integra as dimensões material e imaterial do património. Este enfoque abre caminho

para a expansão e integração das práticas e dos instrumentos voltados à salvaguarda e gestão do património (Duarte & Fabrino, 2022, p. 263). Contudo, a prática de inventariação separada, do património cultural material e do património cultural imaterial, pode ser considerada contraditória aos princípios da própria Convenção de 2003, que defende uma abordagem unificada para uma gestão integrada do património.

A pesquisadora australiana Laurajane Smith (2006) traz uma nova visão sobre a divisão tradicional entre Património Cultural (PC e PCI). A autora argumenta que todo o património é, em essência, intangível, pois os objetos, as práticas ou os lugares não são inerentemente valiosos, nem carregam um significado inato, mas são moldados como património pela interação social que lhes atribui significado (Smith, 2006, p. 3). O património é uma prática, uma *performance* que envolve a (re)construção cultural e social de valores e significados e incorpora sempre aspetos intangíveis como identidade, memória e experiência (idem, pp. 44-45). O património como um processo de negociação política e subjetiva de identidade, lugar e memória não pode ser reduzido apenas à sua materialidade. Assim, a separação entre PC e PCI é artificial e limitante, pois ambos estão interligados no processo de construção do valor patrimonial (Smith, 2021, p. 141).

O processo de patrimonialização, que define certos objetos, práticas, tradições ou lugares como “património”, não é neutro nem universal. É dinâmico e influenciado por perspetivas, ideologias e interesses de grupos sociais específicos (idem, p. 143). Envolve questões de poder, com disputas sobre quem tem a autoridade e a capacidade de definir o que é considerado património. O “Discurso Autorizado de Património” (DAP), estabelecido por “especialistas do património” – profissionais que estudam gerem e interpretam o património cultural de uma perspetiva académica ou institucional (*etic*) –, determina o que deve ser preservado (Smith, 2021, pp. 144-145). Este Discurso, que frequentemente prioriza uma abordagem mais técnica e “objetiva”, tende a marginalizar ou ignorar as perspetivas da “comunidade de praticantes” – os grupos ou comunidades que estão diretamente envolvidos na criação, manutenção e transmissão das práticas e das tradições que constituem o património cultural (*emic*) –, e propõe estilos de preservação que limitam a reinterpretação ativa do património. Para renovar

o processo de patrimonialização, L. Smith (2021, p.146) defende a maior participação comunitária nas decisões sobre a identificação, gestão e interpretação do património, reconhecendo a diversidade de reinterpretações e de valores, e considerando as necessidades atuais dos grupos. Também é necessário reconhecer mais as dimensões imateriais do património, admitir as dinâmicas de poder e incluir as narrativas marginalizadas.

Historicamente, o património foi conceptualizado de formas diferentes. No primeiro modelo da patrimonialização, é concebido como um conjunto de objetos materiais, sítios e monumentos de valor histórico e artístico, valorizados pela sua monumentalidade, estética e importância histórica. No segundo modelo, a noção de património expande-se para incluir uma maior diversidade de bens culturais e naturais, abrangendo tanto aspetos materiais como imateriais e reconhecendo o valor universal e a importância de diferentes culturas e tradições. Contrariando a noção de um património de valor intrínseco e estático, L. Smith (2006, pp. 44-45) e outros autores contemporâneos (Peralta & Anico, 2006, p.3) percebem o património como um produto sociocultural dinâmico, em constante construção e influenciado por relações de poder, identidade e memória, que ultrapassa a simples materialidade dos objetos. Embora as abordagens ao património variem com o tempo, a memória coletiva permanece como o seu pilar essencial. O património serve como uma ponte que une gerações, reaviva narrativas culturais e fortalece a comunidade.

1.2. A memória e o património cultural

A relação entre a memória e o património cultural é fundamental e complexa, pois cada elemento patrimonial aciona uma rede de memórias que reforçam a identidade comunitária. Para compreender a importância do património e identificar possíveis distorções ou manipulações no processo de patrimonialização, é importante examinar o papel da memória na sua formação, reinterpretação e perpetuação.

Maurice Halbwachs (1950/1990, pp.38-40), sociólogo pioneiro nos estudos sobre a memória nas Ciências Sociais, argumenta que a memória não é um processo individual, mas sim uma construção social formada durante o processo de socialização das pessoas e moldada pelas interações sociais. Ela é um fenómeno coletivo, mesmo quando vivida

e experimentada individualmente. Jan Assmann (2011, p.72) complementa que a identidade de um grupo depende da reprodução de memórias partilhadas, que têm, normalmente, uma base cultural. A memória coletiva incorpora tradições, símbolos e recordações partilhadas que moldam a identidade de um grupo, seja uma nação, um partido político, uma província, uma classe profissional ou uma família (Halbwachs, 1950/1990, pp. 93,94). Esta memória pode reforçar os sentimentos de pertença e as fronteiras sociais entre as coletividades (Pollak, 1989, p.9). O legado de memórias de uma comunidade é formado por “lugares de memória” (Nora, 2008), que incluem locais físicos, práticas culturais, símbolos, paisagens, datas, regras de interação, personagens (Pollak, 1989, p. 3), bem como as tradições e as artes e ofícios tradicionais. Referenciar o passado estimula a coesão social e fortalece as instituições (idem, p.9).

A memória, tanto individual quanto coletiva, é um fenómeno seletivo e dinâmico, influenciado por processos de seleção e de exclusão de informação (Pollak, 1982, pp. 201-204). De forma análoga, o património cultural reflete essa memória coletiva, sendo submetido a um processo de seleção e interpretação pela sociedade. Tanto a memória quanto o património cultural são moldados pelo contexto atual, por reconstruções anteriores, por novas informações adquiridas (Halbwachs, 1990, p.127) e pelo envolvimento ativo das comunidades. Este último aspeto mostra que o património cultural transcende a sua manifestação física, envolve interações, escolhas e perceções coletivas (Smith, 2021, p.142), e se afirma como uma extensão da memória e da identidade coletiva. Mesmo influenciados por fatores externos, como contextos políticos ou ideológicos, a memória e o património mantêm a sua validade ou importância. Essas influências são partes integrantes da construção social da realidade, elementos que ajudam a compreender como as comunidades valorizam, interpretam e preservam a sua cultura e história.

O património cultural é o que uma comunidade identifica no presente como reflexo da sua identidade coletiva. Por exemplo, em Viana do Castelo, a preservação e celebração das festas de Nossa Senhora da Agonia, com trajes típicos, danças folclóricas, tapetes, cortejos e a Procissão ao Mar, bem como a manutenção de edifícios históricos como o Tempo-Monumento de Santa Luzia e o Navio Hospital Gil Eannes, ilustram a

dinâmica entre memória, património e identidade coletiva. No entanto, o poder autárquico pode também “objetificar politicamente” estas festas ou objetos (Leal, 2013, pp.8-9), usando-os como meio de atrair o turismo, reforçar a coesão local ou promover uma determinada imagem da comunidade. De qualquer forma, estes bens culturais, imbuídos de significado pela memória coletiva, são continuamente redefinidos, refletindo a capacidade da comunidade em moldar e reinterpretar a sua herança cultural, ancorando-se no presente e reconstruindo o passado (J. Assmann, 2011, p.22). A comunidade fortalece a sua identidade ao relembrar a sua história e os seus mitos, adaptando as práticas tradicionais aos objetivos contemporâneos.

1.3. A invenção das tradições

Segundo o conceito “invenção das tradições, introduzido por Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1997), muitas práticas consideradas tradicionais são, na realidade, construções recentes, criadas para atender a necessidades sociopolíticas específicas, como a formação de identidades nacionais. Na transição de monarquias dinásticas para as monarquias constitucionais ou repúblicas, houve um esforço deliberado para criar uma identidade nacional coesa, através da padronização das línguas, da criação de símbolos nacionais, como hinos e bandeiras, e da exaltação de heróis nacionais, evidenciando a prática da “invenção da tradição” como uma ferramenta estratégica na configuração do imaginário nacional (Hobsbawm, 1997, p. 9).

No contexto contemporâneo, a globalização e a fusão de tradições tornam esse processo de invenção mais complexo. As tradições contemporâneas resultam de intercâmbios e adaptações culturais, que vão além da “invenção” deliberada. Além disso, mecanismos de preservação patrimonial, como a classificação de Património Mundial da UNESCO e as certificações, continuam a selecionar e, muitas vezes, reinventar recortes culturais. Esse tipo de intervenção pode modificar ou reforçar certos aspetos da história, distanciando-se da sua forma original e gerando a “ilusão autêntica”, isto é, a crença de que certas práticas ou objetos são preservações inalteradas de tradições históricas, mantendo uma continuidade ininterrupta desde a sua origem até ao presente (Skounti, 2009, pp. 76-78), tal como ocorre com a prática da “invenção da tradição”.

Este processo, que justifica e legitima os esforços de preservação e envolve as comunidades na manutenção das suas tradições culturais, é mantido pelo Discurso Autorizado de Património (DAP), que seleciona os aspetos culturais a destacar e preservar. Embora o DAP possa promover ou restringir elementos do património cultural (Smith, 2006), a consolidação efetiva dessas práticas não depende exclusivamente dos políticos ou dos especialistas, mas sim da legitimação pela “comunidade de praticantes”, que mantém as tradições vivas através de práticas e discursos. As tradições e bens culturais, ao serem certificados ou inseridos em listas, tornam-se elementos fundamentais na formação da identidade coletiva e na perceção de continuidade histórica, desde que aceites pela comunidade. Só aí representam um desejo coletivo de pertença e de continuidade, integrando-se na narrativa partilhada e enraizando-se na memória coletiva.

Dessa forma, tanto o património quanto a identidade são “ficções” que refletem as imagens negociadas de um coletivo humano (Peralta & Anico, 2006, p.3). A dinâmica atual de patrimonialização, em diálogo com o conceito de “invenção das tradições”, mostra como as comunidades recriam e atualizam narrativas partilhadas que, embora possa ter suas raízes no passado, ajustam-se às realidades contemporâneas.

1.4. As Convenções e as Cartas Patrimoniais Internacionais

As Convenções, Cartas, Documentos e Recomendações patrimoniais são instrumentos legais e diretrizes internacionais fundamentais para a proteção, salvaguarda e promoção do património cultural a nível global. Originários de acordos multilaterais, estes instrumentos oferecem um quadro normativo abrangente, orientando técnicas, aspetos éticos e conceitos aplicáveis aos bens culturais (Ferreira, 2011, p.44). As Cartas Patrimoniais reúnem os consensos das convenções, apresentando princípios, diretrizes e recomendações que refletem o contexto histórico em que foram elaboradas (Kühl, 2010, p. 289). Ao longo dos anos, esses documentos provocaram a expansão gradual da noção de património, ao incluir aspetos tangíveis e intangíveis e a diversidade cultural.

A Carta de Atenas de 1933 reforça a importância de preservar os monumentos como património pertencente à comunidade internacional (Serviço Internacional de

Museus, 1931), perpetuando a concepção do primeiro modelo de patrimonialização (Agudo Torrico, 2006, p.24; P. Peixoto, 2000, p. 7). Após a Segunda Guerra Mundial, a fundação da *Organização das Nações Unidas* (ONU), em 1945, e da *Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura* (UNESCO), em 1946, marca um avanço na proteção do património que culmina na *Convenção para a Proteção dos Bens Culturais em Caso de Conflito Armado*, promulgada em 1954, em Haia, que advoga pela inventariação e preservação dos bens culturais num registo internacional de proteção especial (UNESCO, 1954). Embora represente um avanço na preservação do património durante guerras, a Convenção não aborda as dimensões intangíveis do património nem protege os elementos culturais fora do contexto de conflitos armados.

O I Congresso Internacional de Arquitetos e Técnicos dos Monumentos Históricos, em Paris, 1957, consolida os princípios para a intervenção e proteção do património, ao estabelecer as diretrizes que orientam as ações de salvaguarda. Em 1960, a campanha da UNESCO para preservar os Monumentos Núbios envolveu o desmonte e a reconstrução dos grandiosos templos de rocha de Abu Simbel, no Egito, para protegê-los da inundação causada pela construção da Alta Barragem de Aswan (Duarte, 2010; Sales, 2005). Esta operação garante a preservação dos templos e estabelece um novo paradigma para ações de grande escala na conservação patrimonial (Cameron, 2017), demonstrando a capacidade de adaptação do património cultural face a desafios contemporâneos, como o desenvolvimento urbano e as alterações ambientais. A realocação dos templos não é vista como uma perda histórica, mas como uma resposta pragmática, criativa e necessária, parte do contínuo processo de transformação do património cultural, que abrange tanto as estruturas físicas quanto as suas histórias de adaptação e mudança.

Em 1964, o II Congresso dos Arquitetos e Técnicos dos Monumentos Históricos leva à criação do *Conselho Internacional de Monumentos e Sítios* (ICOMOS) e à elaboração da *Carta de Veneza*. Este documento amplia a noção de património para além das estruturas monumentais, mas é criticado pela sua perspetiva eurocêntrica (Byrne, 2004, pp. 16-19). A Carta prioriza a preservação da materialidade original dos monumentos, desconsiderando a natureza dinâmica do património e as diversas concepções de

autenticidade em diferentes culturas. Esta visão estática entra em conflito com entendimentos mais fluidos, como a percepção de que, em algumas culturas, a continuidade da prática, do uso ou até mesmo o processo de reconstrução são mais valorizados do que a preservação inalterada da matéria física. Além disso, a Carta não reconhece a complexidade histórica de muitos sítios, onde cada camada de alteração contribui para o seu significado global.

A *Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural*, ratificada pela UNESCO em 1972, amplia a visão do património ao referir os tesouros naturais de “valor universal excecional” e estabelecer o conceito de Património Mundial como bem comum da humanidade, integrando as esferas da cultura e da natureza. Com a adesão de mais de 150 países, cria uma lista de Patrimónios Mundiais que inclui monumentos artísticos, históricos, arqueológicos, paisagens naturais, formações geológicas, centros urbanos e rotas patrimoniais. No entanto, ainda não contempla plenamente os aspetos intangíveis e a diversidade cultural. A noção de “valor universal excecional”, baseada nos critérios de “integridade” e “autenticidade”, enfrenta críticas, especialmente de perspectivas orientais com entendimentos distintos sobre a autenticidade patrimonial (Sant'Anna, 2015). A orientação eurocêntrica da Convenção gera debates sobre a inclusão, a representatividade e a participação das comunidades na gestão dos seus patrimónios.

Diante das questões levantadas pela Convenção de 1972, surgem iniciativas para salvaguardar as dimensões intangíveis do património. Em 1973, a Delegação Permanente da Bolívia propõe um protocolo à *Convenção Universal de Direitos Autorais*, para proteger o folclore e as expressões culturais tradicionais (Bouchenaki, 2003). A partir dos anos 1980, países da América Latina, África e algumas nações asiáticas reconhecem a importância do seu património nas expressões artísticas e no conhecimento tradicional, embora ainda priorizem a conservação de objetos e monumentos físicos (Duarte & Fabrino, 2022, p.259). Em 1982, a *Declaração do México*, da *Conferência Mundial sobre Políticas Culturais* promovida pelo ICOMOS, amplia a definição de cultura para incluir elementos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos, reconhecendo que o património cultural abrange também manifestações imateriais

como a linguagem, os rituais, a arte e a literatura, que refletem a expressão criativa de um povo. (ICOMOS, 1985).

Ainda em 1985, a UNESCO estabelece o *Comitê de Peritos para a Salvaguarda do Folclore* e a *Secção do Património Não Tangível*, que resulta na elaboração da *Recomendação sobre a Proteção da Cultura Tradicional e Popular*, em 1989. Esta Recomendação identifica a cultura tradicional e popular como parte integral do “património cultural vivo e universal” e reconhece várias manifestações, como a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes e o **artesanato**, como potenciais bens patrimoniais. Além disso, destaca a necessidade de políticas para salvaguardar as propriedades intelectuais e os bens imateriais, propondo a criação de inventários nacionais e sistemas de identificação e registo, além de ações de apoio à documentação, educação, investigação e transmissão de conhecimentos. Apesar da relevância dessas recomendações, a sua natureza não vinculativa limita o seu impacto prático, já que não são obrigatórias para os Estados-membros da UNESCO. Assim, a inclusão das manifestações imateriais enfrenta desafios na implementação efetiva e isso mostra a complexidade de integrar plenamente esses aspetos nas políticas de preservação patrimonial a nível global.

Em novembro de 1994, no Japão, o *Documento de Nara sobre a Autenticidade do Património Cultural* marca um grande avanço na compreensão do conceito de “autenticidade”. Este documento reconhece a diversidade cultural e destaca que a conservação patrimonial deve ser justificada pelos valores atribuídos pelas comunidades locais e não por critérios globais de autenticidade e de integridade. Afastando-se dos critérios rígidos da *Convenção de 1972*, o *Documento de Nara* valoriza a credibilidade das fontes de informação e a conformidade com os valores culturais das comunidades associadas ao bem patrimonial, considerando a autenticidade dentro do contexto cultural e histórico de cada sociedade. O *Documento de Nara* representa um esforço para reconhecer e acomodar a diversidade cultural na conservação do património, movendo a discussão de critérios universais para uma perspetiva mais relativa e emocional (Adell, 2020, p. 453). Posicionar a sociedade como agente central na definição de valor cultural e nas decisões sobre a preservação patrimonial (Byrne,

2004), implica reconhecer o papel ativo das comunidades na gestão do seu património cultural. Este reconhecimento da diversidade cultural e a compreensão de que a “autenticidade” é um critério específico de cada cultura são passos fundamentais no alargamento da noção de património. Desde a *Carta de Veneza*, a rigidez do critério de autenticidade tem sido questionada, pois a autenticidade absoluta é indeterminável, já que a patrimonialização é constantemente influenciada por vários fatores sociais. Uma ênfase excessiva na autenticidade pode levar a uma abordagem conservacionista que restringe a reinterpretação do património diante das mudanças sociais e culturais.

Um dos grandes avanços na abordagem das vertentes imateriais ocorre com a *Conferência Internacional de Washington*, em 1999, que tem o objetivo de avaliar a *Recomendação de 1989* e desenvolver um novo documento focado na salvaguarda da cultura tradicional e do folclore. Esta Conferência reiterou a necessidade de criar instrumentos legais específicos para abordar as complexidades das manifestações imateriais e a importância de adotar uma terminologia que reflita a diversidade desses bens. Ao envolver diretamente os detentores das tradições, sublinhou a necessidade de uma abordagem mais inclusiva e participativa em todos os processos de preservação das manifestações imateriais.

O crescente reconhecimento da UNESCO pela importância do património cultural imaterial é evidenciado pelos Programas dos *Tesouros Humanos Vivos* (1993) e as *Obras-Primas do Património Oral e Cultural Imaterial da Humanidade* (2001). Contudo, o marco mais significativo é a *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*, ratificada em outubro de 2003. Esta Convenção acolhe a noção de “Património Cultural Imaterial” (PCI) e reconhece o papel vital de práticas, representações, expressões, saberes e técnicas que permeiam as várias vertentes da cultura. Inclui como âmbitos do PCI as tradições e as expressões orais, as artes performativas, as práticas sociais, os rituais e as festividades, os conhecimentos e práticas concernentes à natureza e ao universo, assim como o **artesanato tradicional**, que “as comunidades, os grupos e, nalguns casos, os indivíduos reconhecem como parte do seu património cultural” (UNESCO, 2003, Artigo 2), valorizando as vivências e as interações das pessoas com os

elementos culturais e atribuindo um papel central à sociedade na produção, seleção e gestão dos bens culturais (Sant'Anna, 2015; Duarte & Fabrino, 2022, p. 264).

No entanto, a Convenção do PCI ainda mantém a retórica de urgência na salvaguarda do património e uma tendência para uma preservação excessiva. A ideia de “património em perigo” persiste, com a globalização, as transformações sociais e a escassez de recursos financeiros apontadas como principais ameaças (UNESCO, 2003). Esta abordagem contraditória perpetua um *ethos* preservacionista que, embora reconheça a importância da dinâmica social na perpetuação do património (Duarte, 2010, p. 48), ainda busca “salvar” o passado. Quando as políticas de preservação do património cultural der menos ênfase ao “resgate” do passado, poderão surgir novos caminhos para que a herança cultural enforme, inspire e transforme o presente e o futuro.

Embora fundamentais para a defesa do património mundial, as Convenções, Cartas, Recomendações e outros Documentos Internacionais refletem os contextos e as visões das épocas em que são concebidos. Isso resulta em desafios como a ultrapassagem da perceção estática do património, os dilemas sobre a autenticidade e a necessidade de incluir as comunidades nos processos de decisão e gestão do património. Além disso, equilibrar a preservação do legado histórico com a sua adaptação aos tempos modernos, bem como os critérios de seleção que avaliam, por exemplo, o risco de desaparecimento, continuam sendo temas de intenso debate na comunidade internacional dedicada à preservação do património.

Capítulo 2. Breve história do artesanato em Portugal

2.1. Raízes e trajetória histórica

Portugal, com a sua rica cultura, reflete uma história repleta de influências diversas, desde os tempos proto-históricos². Este mosaico de interações foi moldado por fenícios, etruscos, lígures, gregos, celtas, romanos e árabes (Parra, 2014, p. 147; Kundisová, 2018, p. 13). Os primeiros registos históricos do artesanato português são ancestrais. Na Terra de Prado (que hoje abrange partes de Barcelos, Vila Verde e Braga), documentos mencionam uma olaria já em 960 (Fernandes, 2012, p. 14). Descobertas arqueológicas em Conímbriga (século I) e em Santa Olaia, Figueira da Foz (século VIII a IX a. C) revelam ânforas e pratos de influência fenícia. Centros cerâmicos históricos em Miranda do Corvo, Vilar de Nantes, Bisalhães e Ovar evidenciam a longevidade da tradição cerâmica no país (Cerveira, 2017, p. 50; Vilaça, 2007, p. 11-12; Fernandes, 2012, p. 15). Na ourivesaria, foram encontrados, em Palmela e de Ermegeira, rolos de ouro e brincos datados de 2500 a 2000 a. C. (Câmara Municipal de Gondomar & Câmara Municipal da Póvoa de Lanhoso, 2017, p. 11). Braceletes, colares e diademas com técnicas de filigrana da era do Bronze, em Vila Nova de Cerveira, Barcelos, Moura, Sintra e Peneda, e decorações de influência céltica da Idade do Ferro em Guimarães, Estela, Laúndos e Afife, ressaltam a antiguidade da ourivesaria no território (Câmara Municipal de Gondomar & Câmara Municipal da Póvoa de Lanhoso, 2017, p. 11; Kundisová, 2018, p. 20).

Contudo, antes do século XII, os vestígios arqueológicos das antigas produções manuais são escassos, sendo ainda mais raros os registos sobre os conhecimentos técnicos e das profissões artesanais. Na Idade Média, os trabalhadores artesanais realizam suas atividades em casa, produzindo maioritariamente para o consumo próprio e não para venda. Com o desenvolvimento urbano e o advento do dinheiro, estas práticas transformam-se. Os trabalhadores manuais criam as oficinas, aprimoram as técnicas de trabalho e ganham reconhecimento pelas suas especialidades (Huberman,

² Segundo Kundisová (2018, p.11), o período Proto-histórico corresponde ao tempo em que a sociedade ainda não desenvolveu a sua escrita. No território que é hoje Portugal, ele está relacionado com o fim da Idade do Bronze e a Idade do Ferro.

1972, p.231). As primeiras oficinas artesanais, embora integradas nas habitações, não são acolhedoras. Em espaços modestos e funcionais, elas assumem-se como pequenas unidades produtivas locais, desempenhando um papel duplo: são simultaneamente o palco de criação e o ponto de venda dos produtos. Estes espaços têm ainda uma dimensão comunitária e formativa, pois são centros de aprendizagem e transmissão de saberes. A dinâmica interna destas oficinas é marcada pela presença influente do mestre, cuja autoridade era central na gestão e orientação do trabalho (Sennett, 2019, p.94; Huberman, 1972, p.111).

Nos documentos medievais, o termo “mesteiral”³ é associado a ocupações de posição intermediária na hierarquia social do reino. O termo abrangia um leque variado de ofícios artesanais, incluindo canteiros, ferreiros, tecelões, oleiros, ourives e muitos outros (Costa, 2017, p. 3, 14; Fernandes, 2004, pp. 53-55). É possível encontrar mencionadas, em registos oficiais do Porto, referências a afinadores de prata, em 1401; a calafates e tecedeiras, em 1413; e a tanoeiros e picheleiros, em 1484 (A. Cruz, 1943, pp. 67-68, 84-87). Apesar da existência de diversos profissionais mesterais, categorizados como “mestres”, “oficiais”, “obreiros” ou “aprendizes”, o número de trabalhadores nesses ofícios é ainda limitado (Marques, 1975, p. 302). Nas oficinas, sob a supervisão de um mestre, trabalham geralmente poucos “obreiros” e “aprendizes”, indicando um ambiente com transmissão de conhecimento e técnica altamente valorizada (idem, p. 302). A iniciação nas oficinas artesanais começa cedo, por volta dos sete anos. Os aprendizes, que nem sempre têm vínculos familiares com os mestres, estabelecem laços profundos com estes, muitas vezes formalizados através de juramentos de natureza religiosa (Sennett, 2019, p.110). Nestes compromissos, os mestres responsabilizam-se por aperfeiçoar as habilidades dos aprendizes, enquanto os jovens prometem obediência, trabalho assíduo e a salvaguarda dos segredos do ofício.

Durante anos, os aprendizes dedicam-se ao estudo e à prática das técnicas do seu ofício. Ao demonstrarem habilidade, tornam-se obreiros, assumindo tarefas mais

³ O termo "mesteiral" deriva de "mestre", o profissional no mais alto grau de habilidade e autonomia dentro de um ofício, no período medieval. O termo designa as diferentes ocupações e especializações artesanais existentes, desde trabalhadores do metal, como ourives, a construtores como carpinteiros e canteiros, entre muitos outros.

complexas e responsabilidades acrescidas. O estágio seguinte, denominado “oficial” ou “companheiro”, marca o início de uma carreira remunerada no ofício. O ápice da formação culmina na obtenção do título de “mestre”, após a criação de uma obra-prima aprovada e da obtenção da “carta de examinação”, que autoriza a abrir a própria oficina e a formar novos aprendizes (Langhans, 1943-1946, pp. 354-356). Caso não tenham recursos para tal, continuam a trabalhar para o mestre anterior como jornaleiros, até conseguirem a independência financeira.

Nesta época, o mestre de uma oficina artesanal tem controlo total sobre a produção e venda dos produtos. É o proprietário das matérias-primas, das ferramentas e dos produtos finais, gere a mão-de-obra e forma aqueles que se tornarão os seus concorrentes (Huberman, 1972, p.111). As oficinas produzem de forma padronizada e em pequena escala. É evidente um certo monopólio em cada setor artesanal. Com o crescimento populacional a partir do séc. XII, surgem nas cidades do território que há de ser Portugal as corporações dos ofícios ou guildas, associações voluntárias de profissionais que exercem ofícios similares, muitas vezes incentivadas por iniciativas régias (Melo, 2001, p.370). Estas corporações controlam a produção e a qualidade dos produtos, seguindo regimentos rigorosos. No Porto, o primeiro regimento de ofícios, de 1512, une os alfaiates, marcando o início da regulamentação formal do trabalho artesanal.

Estas corporações funcionam como entidades autónomas que regulam aspetos económicos, sociais e éticos das profissões. São responsáveis pela preservação das tradições e dos saber-fazer, numa época em que o conhecimento é transmitido oralmente e pela prática contínua do ofício. Além disso, as corporações protegem os seus membros contra a concorrência desleal e reforçam a solidariedade entre eles, estabelecendo normas estritas. Entre estas, destaca-se a definição de “preços justos”, que visa beneficiar igualmente os vendedores e os compradores. As corporações também regulam o número de oficinas ou mestres de determinado ofício para controlar a saturação do mercado e manter a qualidade e os preços dos produtos e incentivam a contratação de residentes locais, limitando assim a entrada de trabalhadores estrangeiros, para restringir a concorrência externa e preservar os mercados para os artesãos da comunidade. A promoção da solidariedade é evidente, não só pelo apoio

financeiro proporcionado em períodos de crise ou doença, mas também pela proibição estrita de recrutar trabalhadores de outros mestres sem consentimento expresso, assegurando a lealdade e a estabilidade nas relações profissionais. Adicionalmente, as corporações impõem restrições do ensino das técnicas artesanais no estrangeiro, salvaguardando assim a exclusividade e a integridade dos métodos tradicionais. Comprometem-se também rigorosamente com a qualidade dos produtos, assegurando que a reputação e a competência dos artesãos locais sejam mantidas e valorizadas (Huberman, 1972, pp.115-120). É interessante observar que, atualmente, diversas funções desempenhadas pelas corporações de ofícios são absorvidas por novos organismos e processos adaptados aos contextos contemporâneos. A regulação da qualidade e a definição de critérios e padrões para a preservação da tradição são, na atualidade, atribuições dos sistemas de certificação. Da mesma forma, a proteção e o apoio aos artesãos passaram a ser assegurados por órgãos de apoio ao artesanato e programas governamentais. Associações de artesãos e comunidades práticas desempenham um papel crucial na defesa e suporte a estes profissionais. Várias instituições, como museus, centros de formação artesanal e organizações culturais, dedicam-se à preservação, divulgação e promoção do saber-fazer tradicional, garantindo a sua continuidade e valorização.

Voltando à história, entre os séculos XIII e XIV, as corporações dos ofícios multiplicam-se em Portugal, destacando-se pela igualdade entre os seus membros e a relativa facilidade de ascensão ao estatuto de mestre, características fundamentais deste sistema (Huberman, 1972, p.127). Estas corporações incentivam uma economia baseada na qualidade das produções e na confiança mútua entre produtores e consumidores, algo essencial numa época em que os sistemas de marcação e a certificação de produtos ainda não tinham sido estabelecidos.

Paralelamente às corporações, a partir do século XII, surgem em Portugal as confrarias ou irmandades. Estas entidades semirreligiosas oferecem assistência social e espiritual e reúnem profissionais do mesmo ofício, frequentemente sob a égide do santo padroeiro da profissão (Costa, 2017, pp. 13-15; Rosas, 2011, pp. 315-316). No distrito do Porto, por exemplo, a *Irmandade dos Sapateiros de São Crispim e São Crispiniano*,

uma das mais antigas de Portugal, é fundada no século XIII por mestres sapateiros, surradores e artífices do couro.

Com o tempo, os mestres e os jornaleiros passam a ser conhecidos como “artesãos”, termo do francês antigo *artisien*, influenciado pela palavra latina *ars*, que significa “arte” ou “habilidade”. Este termo passa a ser utilizado para descrever trabalhadores com grande perícia numa arte específica, distinguindo-se pelo seu trabalho qualificado. A designação confere um estatuto social e económico distinto aos que a possuem (Muthesius, 1998, p. 43). Na segunda metade do século XIV, com o desenvolvimento urbano e a crescente especialização do trabalho, os artesãos e comerciantes instalam-se em áreas específicas das cidades. Este fenómeno origina os “bairros de ofícios”, que promovem uma organização eficiente do trabalho e do comércio. No Porto, no século XVI, por exemplo, o arruamento “das Flores” é conhecido pela ourivesaria; já o “de São João” é um centro de carpintaria e marcenaria, beneficiando-se da proximidade com o rio Douro. Outros locais importantes incluem o “dos Caldeireiros”, associado ao trabalho em ferro; o “dos Pelames”, ocupado pelos curtidores; e o “da Bainharia”, focado na produção das bainhas das espadas (Afonso, 2012, p. 46). Este agrupamento em arruamentos facilita a partilha de ferramentas e matérias-primas e a normalização de qualidade e preços, servindo também como referência para compradores.

Contudo, com a prosperidade dos mestres e a crescente desigualdade entre os profissionais, o modelo de corporações começa a perder a sua relevância. No final do século XV, transformações nos padrões de produção e consumo, bem como a expansão do mercado, contribuem para o declínio das corporações. As exigências cada vez mais rigorosas para aceder ao título de mestre e as altas taxas associadas dificultam o processo. Aos poucos, a transmissão do saber-fazer torna-se essencialmente hereditária (Huberman, 1972, p. 130).

Os monopólios dos mestres artesãos frequentemente entram em conflito com os interesses da monarquia, que, em resposta, reduz os privilégios dos mestres. Estes profissionais, que detêm poder por atuarem, simultaneamente, como fabricantes, negociantes ou mercadores, empregadores e lojistas, perdem ainda mais influência com o surgimento de empreendedores e o início da industrialização (Huberman, 1972, pp.

221-224). Este processo leva à abolição progressiva das corporações, marcando uma transição significativa no setor artesanal. Entre o século XVI e a primeira metade do século XVIII, o artesanato tradicional em Portugal enfrenta um declínio progressivo, em parte devido ao aumento do trabalho assalariado e à diminuição da relevância das habilidades manuais frente ao avanço das máquinas. Contudo, o período entre 1750 e 1807 – embora marcado por desafios significativos, como o terramoto de 1755, as invasões francesas e consequências das reformas pombalinas –, traz também, em alguns casos, um renovado impulso para certos setores artesanais, possivelmente estimulados pelas políticas de fomento à produção nacional e pela reconstrução pós-terramoto promovidas pelo Marquês de Pombal. Este foi o caso do figurado de Estremoz, que experimenta o seu período áureo nesta época, quando há um aumento da demanda por presépios e por peças com funções simbólicas, utilitárias e até satíricas, uma mudança que representa um afastamento das suas origens mais devocionais (Câmara Municipal de Estremoz, 2018, p. 4-5).

O século XIX traz outras instabilidades que se refletem negativamente no artesanato, como o aumento do custo das matérias-primas e a queda da procura, afetando áreas como a olaria de Barcelos (Câmara Municipal de Barcelos, 2008/2021, p. 6) e as rendas de Bilros de Peniche (Câmara Municipal de Peniche, 2021, p. 28-30). O artesanato tradicional português sente o peso do declínio da manufatura artesanal, uma consequência direta da industrialização.

2.2. Influências internacionais: o eco do movimento Arts & Crafts

Analisando o cenário nacional do artesanato até o século XIX, é pertinente explorar como influências internacionais, particularmente o movimento *Arts & Crafts*, moldaram a percepção e a prática do artesanato em Portugal. Originado no Reino Unido no final do século XIX, o movimento *Arts & Crafts* surge como uma resposta crítica à industrialização e à produção em massa, enfatizando a preservação da manufatura artesanal. Liderado por William Morris, um *designer*, poeta e ativista social, juntamente com outros artistas e pensadores, como John Ruskin, o movimento defende a valorização das habilidades dos artesãos e a integração da funcionalidade com a estética no *design*, inspirando-se na natureza, na história medieval e nas tradições folclóricas. Nesse contexto, surgem

peças com *designs* orgânicos, utilizando materiais naturais e técnicas tradicionais. Além dos aspetos estéticos, o movimento também tem uma forte dimensão social. W. Morris e seus seguidores criticam as desigualdades sociais e as condições de trabalho na era industrial. Eles veem o retorno ao artesanato como uma forma de melhorar a vida dos trabalhadores e de criar uma sociedade mais justa e equitativa.

Embora Portugal não tenha aderido formalmente ao *Arts & Crafts* devido à ausência de forte crítica à industrialização, as ideias e os princípios do movimento influenciam algumas iniciativas ligadas ao artesanato e ao *design* no país. Bordallo Pinheiro (1846-1905), como diretor artístico da Fábrica de Faianças das Caldas da Rainha, é pioneiro na introdução de designs criativos nas loiças, que mesclam influências modernas com técnicas tradicionais, evidenciando uma convergência entre arte e funcionalidade remanescente dos ideais do *Arts & Crafts* (Jorge, 2014, p. 26).

Joaquim de Vasconcelos (1849-1936), crítico de arte, é outro proponente da valorização do artesanato tradicional. Ele promove uma reforma do ensino artístico e industrial em Portugal, enfatizando a importância da aprendizagem prática no contexto artesanal. Através da fundação da Sociedade de Instrução do Porto, em 1880 (Jorge, 2014, p.26), J. Vasconcelos defende uma abordagem pedagógica que integra as técnicas artesanais tradicionais, alinhada com a valorização do trabalho manual defendida pelo *Arts & Crafts*.

No final do século XIX e início do século XX, surgem também algumas escolas influenciadas pelo movimento *Arts & Crafts*, que privilegiam o ensino prático em ateliê e a integração de técnicas tradicionais nos seus programas. A *Escola Livre das Artes do Desenho em Coimbra* (1878), a *Escola de Arte Aplicada de Lisboa* (1918), que se tornaria a *Escola António Arroio*, e a *Escola de Desenho Industrial Rainha D. Maria Pia* (1887), que viria a ser a *Escola Industrial de Rendeiras Josefa de Óbidos*, em Peniche, são exemplos dessas instituições educativas que refletem os princípios do movimento (Restivo, 2022, pp. 68-69). Em resposta ao movimento, houve um interesse renovado em redescobrir e documentar técnicas artesanais ancestrais, muitas vezes esquecidas ou em declínio, como, por exemplo, a produção da cerâmica negra de Bisalhães. Este esforço ajudou a revitalizar práticas culturais que estavam em risco de desaparecer.

2.3. Registos folcloristas do artesanato tradicional em Portugal

As práticas tradicionais artesanais em Portugal começam a ser estudadas sistematicamente apenas no final do século XIX. Investigadores como Teófilo Braga (1843-1924), Consiglieri Pedroso (1851-1910), Leite de Vasconcelos (1858-1941), Ramalho Ortigão (1836-1915), Adolfo Coelho (1847-1919) e Rocha Peixoto (1868-1909) reconhecem o valor cultural das atividades artesanais, especialmente nas comunidades rurais (Leal, 2000, p. 29; Rodrigues, 2008, p. 37). A pesquisa folclorista emerge como um campo cultural relevante, valorizando as tradições populares e rurais, elementos considerados essenciais para a identidade nacional (Restivo, 2022, p. 24). Perceber contexto nacional desse período é crucial: na viragem do século XIX para o XX, as artes tradicionais artesanais refletem as tensões e transformações sociais, económicas e culturais em Portugal. O crescimento do movimento republicano, a política de modernização e industrialização do Fontismo e o Ultimato Britânico de 1890, que restringe as aspirações coloniais portuguesas em África, influenciam este período. Nesse ambiente, o artesanato tradicional torna-se um pilar da cultura, considerado essencial para a preservação e celebração da identidade nacional.

No contexto artístico, o movimento romântico em Portugal, alinhado com as lutas liberais e enraizado numa fervorosa paixão nacionalista, valoriza o folclore, as tradições, as artes e a história do país, como uma forma de fortalecer a identidade cultural nacional. Os estudos de etnografia portuguesa, à semelhança do que aconteceu nos países escandinavos e na Alemanha, estão ligados a esse cenário e ao discurso de identidade nacional. Mesmo com o progresso da industrialização e modernização e a decadência económica e demográfica das zonas rurais, as práticas artesanais em Portugal são reconhecidas como uma “expressão autêntica” das raízes populares. Por isso, recebem a atenção especial de folcloristas e escritores nacionalistas comprometidos com o renascimento nacional. A influência literária na documentação e nas descrições dos costumes populares e das artes e ofícios tradicionais (Leal, 2009, p. 290) torna as obras mais atraentes e acessíveis, ultrapassando o ambiente académico e atraindo um público mais vasto. As suas contribuições são registadas em publicações como a *Revista de Etnologia e Glotologia*, promovida por Adolfo Coelho, o *Anuário para*

o Estudo das Tradições Populares e a Revista Lusitana (1887–1941), ambos promovidos por Leite de Vasconcelos, a *Portugália* (1899–1908), de Rocha Peixoto, os *Trabalhos de Antropologia e Etnologia* (publicados desde 1918) e a revista *Terra Portuguesa* (1916–1927), de Vergílio Correia e Sebastião Pessanha. Os relatos de R. Ortigão, por exemplo, são importantes registos de memória do artesanato tradicional. Consideram a cerâmica, a cestaria, a joalharia e os bordados, descrevem o uso e revelam as condições de trabalho dos artesãos, tal como neste trecho:

Tem diminuído consideravelmente o número de teares caseiros na Covilhã, na Serra de Monchique, na Serra da Estrela. Nas margens do Lima, porém, entre Viana do Castelo e Ponte de Lima, há ainda algumas das mulheres mais lindas e das mais bem educadas de todas as portuguesas, que fiam e tecem em suas casas o linho, a lã, o algodão, e se vestem completamente, da maneira mais elegante, com os tecidos mais consistentes e mais belos, de sua fabricação exclusiva em todas as fases por que passa a matéria prima, desde que é cegada do campo ou tosquiada no carneiro até se converter em vestido. (Ortigão, 1896, p. 125)

Por meio dos textos de R. Peixoto (1900), pode-se examinar a cerâmica portuguesa minuciosamente. O autor oferece detalhes sobre as oficinas, o trabalho dos oleiros, as técnicas de produção, as formas, os motivos e a qualidade dos materiais utilizados, bem como as suas possíveis origens:

Em algumas das nossas olarias rústicas atuais ainda se observa o preparo grosseiro das pastas onde frequentemente os grãos de quartzo mesclam o barro. A mica distribui-se pela pasta luzente em certas loiças negras transmontanas e do distrito de Aveiro; na vermelha de Guimarães aplica-se na decoração em relevo como ornamento, semelhantemente a processos análogos de épocas pré e proto-históricas. Os oleiros atuais das proximidades de Nisa introduzem na pasta fragmentos angulares de quartzo branco, precisamente como os antigos homens de Liceia juntavam ao barro os fragmentos de espato que davam à sua loiça negra o aspeto das rochas porfiroides. (R. Peixoto, 1900, p.18)

Em outros textos, R. Peixoto (1908) apresenta os azulejos e as filigranas. Sobre estas, descreveu detalhadamente as técnicas de produção, o trabalho nas oficinas, as condições sociais dos produtores ou os usos e costumes relacionados com os artefactos em ouro, como no enxerto abaixo:

Entre nós, e ainda atualmente, «o peito da minhota é um céu estrelado». Multiplicam-se os cordões e as gargantilhas, duplicando-se os corações, acrescentando-se-lhes as cruzes e os crucifixos, as Virgens da Conceição e os medalhões. Todo o peito corisca, os pulsos difundem luz, faíscam os dedos e das orelhas pendem, até aos ombros, brincos lucilantes! Estes às vezes são aos dois e três pares; de sorte que não é estranho observar-se orelhas com um e dois rasgos, como já sucedera na Etrúria, como mais ou menos acontecera em Roma. O ouro exposto no busto duma lavradeira abastada seria, muitas vezes, o dote invejado da maioria das jornaleiras rurais; e conta-se que uma mulher de Vilar de Andorinha, no concelho de Gaia, pode levar ao pescoço o valor de dois contos de réis! Esta exageração depara-se-nos principalmente no Minho, se bem que, em outras populações rurais, a mesma aspiração subsista embora menos se alardeie. (Peixoto, 1908, p. 72)

Vergílio Correia (1888-1944) também se destaca como uma das figuras-chave no interesse pelas artes populares, com uma abordagem empírica à arte popular alentejana, bem como aos elementos da arquitetura popular (Leal, 2000, p. 45). Paralelamente, autores como D. Sebastião de Pessanha (1892-1975), Luís Chaves (1888-1975) e Leite de Vasconcelos dedicam-se ao que, na época, era conhecido por “etnografia artística” (Leal, 2000, p. 36, p. 45), uma corrente de estudo que dá ênfase às qualidades estéticas das peças e suas práticas artísticas, às suas representações visuais e à exibição dos artefactos em museus ou exposições. Ao concentrar-se sobre a catalogação, coleção e exposição de objetos artesanais, a etnografia artística pode inadvertidamente levar à desvalorização do artesão como autor e criador. Isso ocorre porque, ao retirar os artefactos do seu contexto original e apresentá-los em museus ou exposições, eles são objetificados, tornam-se fragmentos descontextualizados da

realidade (Kirshenblatt-Gimblett, 1998, p. 17-18). Desta forma, as histórias e narrativas pessoais do processo criativo e do saber-fazer do artesão podem ser ofuscadas pela simples representação material dos objetos, que passam a ser valorizados mais pela sua estética do que pelo significado simbólico que possam transmitir. A desconsideração do artesão em favor do artefacto pode também afetar a percepção e a valorização do papel das comunidades na manutenção e transmissão de práticas artesanais. Desta forma, ao invés de reconhecer o artesanato como uma prática viva e dinâmica, continuamente recriada e adaptada (Smith, 2006), o foco na objetificação dos artefactos contribui para uma visão estática da cultura artesanal.

Entre os folcloristas, J. Leite de Vasconcelos tem um papel de destaque nesse tipo de abordagem. É o responsável pela elaboração de uma extensa documentação sobre artefactos artesanais. Estes esforços culminam na formação do *Museu Etnológico Português*, fundado por ele em 1893 e focado principalmente na arqueologia.

As investigações etnográficas realizadas na viragem para o século XX em Portugal revelam um cenário desafiante para o artesanato. Apesar de o país ter uma grande diversidade artesanal, os artesãos são poucos e estão isolados geograficamente, enfrentando graves dificuldades económicas (Peixoto, 1900, p. 134). A produção reduzida (Peixoto, 1900, p. 118), os baixos preços de venda (Peixoto, 1900, pp. 131-132; Peixoto, 1908, p. 89), e as dificuldades no acesso a matérias-primas de preços acessíveis impõem barreiras severas, comprometendo a viabilidade económica das suas práticas. Esta realidade, somada aos desafios económicos e à concorrência dos produtos industriais, leva a uma crescente desvalorização social do trabalho artesanal. Neste contexto, o artesanato começa a ser percebido socialmente como uma ocupação de menor prestígio, impactando negativamente o estatuto social dos artesãos e reduzindo o interesse das novas gerações em prosseguir estas práticas. O resultado foi o encerramento de muitas oficinas, representando a perda de um conjunto de conhecimentos e técnicas artesanais.

2.4. O Estado Novo e a revitalização do artesanato tradicional

Entre os anos 40 e 50 do século XX, sob o regime do Estado Novo, Portugal vivencia um período de forte revalorização e renascimento do artesanato. O regime, liderado por António Oliveira Salazar, adota uma narrativa nacionalista como principal ferramenta para consolidar a identidade nacional e promover valores tradicionais e conservadores. A “Política do Espírito”, um dos pilares do Estado Novo, concebida por António Ferro⁴, procura um renascimento cultural alinhado com os ideais nacionalistas e conservadores do regime. Busca-se promover a arte em várias disciplinas, com o intuito permanente de estabelecer um novo paradigma gráfico e estético (Ribeiro, 2017, p. 301). O artesanato, associado à ruralidade, simplicidade e autenticidade, é visto como um reflexo dos valores tradicionais portugueses, símbolo da resistência cultural contra influências externas e, por isso, são tidas como essenciais a sua promoção e valorização. António Ferro, ao estilizar a cultura popular, em exposições, espetáculos e outras iniciativas (Leal, 2000, p. 36), executa um “enquadramento da memória” (Pollak, 1989, p. 9), selecionando e redefinindo os símbolos culturais. Esta estratégia reflete a ideia de J. Assmann (2011, p. 54) sobre como “o poder se legitima retrospectivamente e se imortaliza prospectivamente”, através da redefinição da memória coletiva. A Política do Espírito do Estado Novo, à semelhança de outros regimes da época, valoriza intensamente a cultura popular e a invenção das tradições (Hobsbawm & Ranger, 1997), como uma forma de reconstrução e celebração da identidade nacional e, principalmente, como meio para construir um discurso de continuidade, com intenções político-ideológicas.

Vários folcloristas trabalham, nesse período, com essa abordagem de “estilização cultural”, muitas vezes em contextos locais, como Armando Leça (1891-1977), Vergílio Correia (1888-1944), Guilherme Felgueiras (1890-1990), Abel Viana (1896-1964), entre outros, empenhados no registo e na renovação das artes tradicionais artesanais, atuando em prol de uma “cultura popular com qualidades estéticas” (Leal, 2000, p. 36-37). Contudo, emerge também uma corrente crítica em relação à narrativa oficial do

⁴ António Ferro é uma figura central na promoção cultural e na propaganda do Estado Novo em Portugal. Foi diretor do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), criado em 1933, depois, a partir de 1944, Secretariado Nacional de Informação (SNI). Tem um papel vital na moldagem da perceção pública do regime de Salazar, além de ser o responsável por conceber e implementar a *Política do Espírito* em Portugal.

Estado Novo sobre a cultura popular. Jorge Dias (1907-1973), Ernesto Veiga de Oliveira (1910-1990), Fernando Galhano (1904-1995) e outros, introduzem uma nova perspectiva, deslocando o foco das dimensões puramente estéticas para aspetos mais técnicos da produção dos objetos da vida rural.

Beneficiando-se do esforço sistemático de catalogação e reconhecimento dos principais núcleos da arte popular portuguesa realizado pelos folcloristas, o Estado Novo revitaliza várias tradições que se encontravam em declínio ou quase esquecidas, por meio de um processo de “reinvenção” (Leal, 2000, p. 45). Isso ocorreu, por exemplo, com os tapetes de Arraiolos e com os bonecos de Estremoz, que, apesar de serem tradicionais, estavam a perder relevância e tinham uma produção muito reduzida (Leal, 2000, p. 45; Pessanha, 1916, p. 12, 60). Ambas as produções passam por um processo de revitalização e divulgação e ganham novo fôlego.

Outros elementos culturais, como os bonecos regionais do Crato, as máscaras populares de Trás-os-Montes, as colchas de noivado de Castelo Branco, os trajes regionais do Minho, bem como muitos artefactos em papel, cerâmica, cestaria e cortiça ou as filigranas e as camisolas poveiras, também são revitalizados. Todos estes itens, alinhados aos padrões estéticos promovidos pelo SPN/SNI, por meio da *Campanha do Bom Gosto*, ganham reconhecimento internacional, passando a ser valorizados como bens culturais que representavam o país. Nessa fase, Portugal vive um período grandioso de “invenção da tradição” (Hobsbawm & Ranger, 1997). O caso do galo de Barcelos é um dos exemplos mais emblemáticos desse processo de reinvenção cultural.

Em setembro de 1931, durante a organização do *V Congresso Internacional da Crítica Dramática e Musical* em Lisboa e Estoril, Leitão de Barros propõe oferecer uma lembrança de arte popular aos congressistas estrangeiros. A sua escolha recai sobre os “galos vermelhos e primitivos”, simples peças que só eram vendidas nas feiras da região de Barcelos, como regista na carta enviada pelo jornalista Artur Maciel ao pintor Manuel Couto Viana, com o pedido de compra imediata de inúmeras peças, atendendo à recomendação direta de Leitão de Barros (Viana, 1988, p. 123; Rodrigues, 2008, p. 66; Gonçalves, 2017, p. 142; Raimundo, 2015). A tradição do figurado de Barcelos, como documentado por R. Peixoto em 1900, é uma prática antiga e distinta, especialmente na

representação dos galos. Estas figuras frágeis, com cerca de 15 cm de altura, possuem uma pequena crista e um corpo maciço. São símbolos de vigilância e coragem e estão associados à ideia de afastar o mal, “despertar a aurora e fazer erguer os homens” (R. Peixoto, 1900, p. 92). Nesta época, apesar da sua popularidade regional devido à lenda do milagre do galo de Barcelos⁵, essas figuras não são valorizadas nacionalmente. Contudo, após o êxito da iniciativa de distribuir os galos durante o Congresso, António Ferro toma a decisão estratégica de transformar o galo de Barcelos num ícone nacional. Originalmente vermelho, devido ao processo de cozedura a altas temperaturas, o galo sofre uma recriação estética: a sua cauda e crista são estilizadas, é-lhe atribuída uma paleta de cores mais vibrantes e o seu tamanho é aumentado (Raimundo, 2015). Apesar de a imagem do galo de Barcelos ter sido adaptada e popularizada durante o século XX, a sua associação com lendas e simbolismo ancestrais não é menos uma construção cultural do que a sua própria estilização. Essa associação confere-lhe uma aura de tradição e antiguidade, exemplificando o conceito de “tradição inventada” discutido anteriormente. A imagem transmite uma sensação de continuidade histórica que é um testemunho da capacidade das tradições inventadas adquirirem significado e se enraizarem na cultura popular. Através desse processo, o galo de Barcelos não apenas se torna um ícone do património cultural português, como também ilustra como elementos culturais podem ser dotados de uma nova vida e relevância em contextos contemporâneos.

A nova versão do galo de Barcelos marca presença em diversas feiras e exposições internacionais, até que, em 1947, tem um papel de destaque na inauguração do *Museu de Arte Popular em Belém*. J. Assmann (2011, p. 3), alinhado com a teoria de Hobsbawm & Ranger (1997) sobre a invenção das tradições, defende que esta repetição das referências sublinha o princípio fundamental das estruturas simbólicas que conectam as pessoas aos seus universos culturais, estabelecendo padrões reconhecíveis que se

⁵ A Lenda do galo de Barcelos conta a história de um homem galego que está a passar pela cidade de Barcelos e é injustamente acusado de um crime e condenado à forca. Antes da execução, ele afirma que a sua inocência será provada pelo canto de um galo assado que está na mesa do juiz. Quando o homem está prestes a ser enforcado, o galo assado levanta-se e canta. Quando o juiz chega à forca, descobre que o homem sobreviveu ao enforcamento. O galego é libertado e, algum tempo depois, volta a Barcelos para esculpir o Cruzeiro do Senhor do Galo, como agradecimento pelo milagre. (Pires de Lima, 1965; Rodrigues, 2008, p. 12)

tornam parte integrante de uma cultura compartilhada. A promoção contínua do galo de Barcelos, como símbolo representativo de Portugal em diversos eventos e exposições internacionais, solidifica a sua posição como um ícone identitário da nação. Esta estratégia de consolidação simbólica, que engloba a reinvenção e a disseminação da imagem do galo, por repetição, contribui para criar um forte sentimento de pertença comunitária e para comunicar valores nacionais a comunidades estrangeiras. Assim, a imagem contemporânea do galo de Barcelos, recriada e promovida pelo Estado Novo, passa a representar a cultura portuguesa e serve como ponte entre o passado e o presente, fortalecendo a narrativa de uma identidade coletiva persistente e adaptável, capaz de ressoar em diferentes contextos internacionais.

Durante o regime ditatorial salazarista (1933-1974), muitas iniciativas procuram revitalizar a cultura popular portuguesa. Entre elas, o *Concurso da Aldeia Mais Portuguesa de Portugal* (1938), a *Exposição do Mundo Português* (1940), a criação da *Junta Central das Casas do Povo – JCCP* (em 1933) e de muitos Grupos de Ranchos Folclóricos (a partir de 1945), além de várias exposições de arte popular, espetáculos, concursos, conferências e eventos internacionais. Duas publicações coletivas, editadas pelo SPN/SNI e voltadas para a cultura popular, destacam-se nesse período: *Vida e Arte do Povo Português* (1940), coordenado por António Ferro, e os seis volumes de *A Arte Popular em Portugal* (1963-1975), organizados por Fernando de Castro Pires de Lima (Leal, 2000, p. 48). Os ranchos folclóricos e os grupos de danças e cantares multiplicam-se no país. Sem se basearem numa detalhada inventariação, os rituais, os trajes e as tradições são alterados e passam a seguir as indicações estéticas do próprio Ferro.

Outro marco simbólico desse período é a inauguração do *Museu de Arte Popular* (MAP), em 1948. O Museu reúne peças “tradicionais” recolhidas em todo o país e é a materialização da “Política do Espírito” de António Ferro (Costa, 2014, p. 27). Nas exposições e museus, a utilização de miniaturas para representar peças artesanais é uma prática frequente. Esta abordagem permite uma percepção mais imediata e abstrata do conjunto, engrandecendo o significado e provocando uma experiência mais profunda e emocional (Canclini, 2000, p. 183-184). No entanto, sob a perspectiva da teoria do Discurso Autorizado do Património (DAP) de L. Smith (2006), as miniaturas podem ser

vistas como instrumentos que moldam a forma como o património é percebido, valorizado e apresentado. Ao simplificar e idealizar aspetos da identidade e cultura nacionais, as reduções ajudam a reforçar narrativas específicas, alinhando-as com o discurso dominante que enfatiza certos aspetos da história e cultura, potencialmente à custa de uma representação mais diversificada e multifacetada das manifestações culturais.

É importante reconhecer que as ações estratégicas desenvolvidas pelo sistema de propaganda do Estado Novo, apesar de terem uma finalidade ideológica e política clara, beneficiaram muito os artesãos e as comunidades locais. A valorização e promoção das obras artesanais artísticas aumentaram a visibilidade, a comercialização e o reconhecimento do trabalho artesanal. Essas políticas proporcionaram aos artesãos a oportunidade de revitalizar tradições e assegurar a sua subsistência. Contudo, a padronização do artesanato tradicional promovida pelo regime pode ter contribuído para uma simplificação e para a descaracterização de certas expressões culturais.

2.5. Da Revolução dos Cravos à valorização contemporânea

Durante muitos anos, as memórias coletivas e as tradições foram moldadas e utilizadas como instrumentos unificadores, num esforço de recriar ou enquadrar a identidade cultural (Hobsbawm & Ranger, 1997; Pollak, 1989). Contudo, após a Revolução dos Cravos, em 1974, as tradições e os símbolos, antes utilizados pelo governo salazarista, começaram a ser reinterpretados e revitalizados num novo contexto social e político, adquirindo, de forma gradual, novas camadas de significado. Neste período, as tradições culturais não são vistas como resquícios do regime anterior, mas firmam-se como elementos importantes da herança cultural de Portugal, que precisam ser preservados. No contexto pós-revolucionário, testemunha-se uma adaptação e transformação das referências culturais, agora em consonância com os valores emergentes de liberdade, democracia e pluralismo. Os agrupamentos folclóricos proliferam e assumem um papel ativo na promoção e preservação das danças, músicas e tradições locais, refletindo uma nova era de apreciação e celebração da cultura popular. De modo semelhante, a produção de artes tradicionais artesanais vivencia um renascimento progressivo e lento, ao longo dos anos subsequentes à transição política.

Artistas e artesãos, beneficiados por uma maior liberdade de expressão, começam a explorar e a inovar nas suas práticas, mantendo um equilíbrio entre a fidelidade às raízes culturais e a abertura à experimentação e inovação.

(...) a retórica de reiteração alimentada pelo Estado Novo durante os 41 anos de ditadura, gerou instrumentos de inculcação ideológica tão fortes, que alguns aspetos da cultura por ele construídos e/ou promovidos – nos quais se inclui o fado e o folclore – sobreviveram ao próprio regime. (Sardo, 2014, p.76)

Paulatinamente, o galo de Barcelos, o fado, a filigrana, os bonecos, os bordados, os trajes típicos, as marchas populares e tantos outros objetos e tradições deixam de ser símbolos de patriotismo criados pelo Estado Novo e passam a representar principalmente aspetos ligados ao turismo, à contemporaneidade, a histórias familiares, a festas populares ou a outras condições de um novo contexto social. Com a formalização das Indústrias Criativas, que será abordada mais detalhadamente no Capítulo 3, e a crescente orientação económica das atividades culturais, o artesanato enfrenta novos desafios e oportunidades. A globalização e o desenvolvimento tecnológico impulsionam o reconhecimento da diversidade cultural e facilitam a documentação e a disseminação de aspetos culturais intangíveis. A economia criativa, por sua vez, valoriza a inovação e as habilidades individuais, enquanto a Convenção do PCI, de 2003, realça a importância do património cultural intangível, reforçando políticas de patrimonialização.

Neste contexto, nota-se uma mudança no enfoque das políticas públicas. Se antes a prioridade era a preservação do património cultural, com o tempo, as políticas começaram a refletir uma crescente preocupação com o desenvolvimento económico. Essa atitude evidencia-se no aumento da intervenção pública regulamentadora e na ênfase em atividades de formação que visam a padronização do conhecimento e das competências, uma tendência que, apesar das suas intenções de capacitação, pode inadvertidamente fomentar uma desconexão das práticas culturais com o seu contexto e com o significado que têm para as comunidades.

É fundamental perceber essas questões à luz da noção de “capital cultural” cunhada por P. Bourdieu (1986, p. 17). Segundo o autor, o capital cultural manifesta-se em três

formas: a “incorporada” refere-se a conhecimentos e habilidades adquiridos pessoalmente ao longo da vida; a “objetivada”, que abarca bens culturais tangíveis como livros e obras de arte, cuja apreciação requer capital cultural incorporado; e a “institucionalizada” que se manifesta em diplomas e títulos que formalizam e legitimam o capital cultural, facilitando a sua conversão em capital económico e social. Por este prisma, a mudança do foco dos governos pode ser interpretada como uma valorização do capital cultural institucionalizado, em detrimento das formas incorporada e objetivada. Enquanto as ações de formação e certificação procuram institucionalizar e validar o capital cultural dos artesãos, conferindo-lhe reconhecimento formal e valor económico, podem também levar à erosão do capital cultural incorporado, que está profundamente enraizado nas experiências individuais, na transmissão intergeracional e nas especificidades culturais locais. Além disso, a padronização do conhecimento e das práticas artesanais tende a marginalizar as formas objetivadas do capital cultural, como as técnicas tradicionais e os instrumentos específicos de cada comunidade, em favor de métodos e ferramentas mais uniformizados.

Esta ênfase no capital cultural institucionalizado, embora seja benéfica em termos de integração no mercado e de viabilidade económica, suscita questões críticas sobre a padronização e a perda do significado que essas práticas têm para as comunidades. Ao reconhecer que o património cultural é um processo ativo, constantemente reinterpretado e recriado (Smith, 2006), torna-se imperativo buscar um equilíbrio que não só reconheça e valorize as competências e o conhecimento dos artesãos num contexto económico, mas também respeite e promova a contínua valorização e recontextualização do capital cultural incorporado e objetivado. O aumento da intervenção pública regulamentadora no artesanato de Portugal reflete a transformação na perceção do artesanato: de uma prática cultural e artística para um subsetor das ICs, com significativo potencial económico, reconhecido como uma via de autoemprego em períodos de forte desemprego. As ações desenvolvidas pelo governo estão baseadas, sobretudo, nas iniciativas de capacitação dos artesãos, na criação de empregos e na busca de integração do subsetor no mercado global.

A criação do Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), em 1979, marcou o início deste processo, assumindo a entidade a responsabilidade pelo subsetor do artesanato e das artes e ofícios em Portugal, com a missão declarada de estimular “a criação e manutenção de postos de trabalho e a formação profissional no setor do artesanato” (Portaria 1099/80). Outros programas mostram o grande investimento estatal nas ações de desenvolvimento profissional, tais como a criação do Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património (CEARTE), em 1986, através de um protocolo entre o IEFP e a Cáritas Diocesana de Coimbra; o Programa Escolas-Oficina (Portaria 414/96), voltado para a formação de jovens e desempregados no subsetor artesanal; o Centro Regional de Artes Tradicionais (CRAT), que entre 1985 a 2010, se dedica à investigação e promoção de técnicas e saberes artesanais tradicionais; o Programa para a Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais (PPART), ativo de 1997 a 2015 e dedicado a vários aspetos de inovação do subsetor; e o Centro Regional de Apoio ao Artesanato dos Açores (CRAA), nos Açores, criado em 1998.

A qualificação formal é extremamente importante para a valorização e sustentabilidade das práticas artesanais, no entanto as exigências impostas pelas formações formais podem trazer consequências. Tradicionalmente, as práticas artesanais, bem como o conhecimento e as habilidades relacionadas com a produção, eram “herdados” através da aprendizagem informal e da observação no contexto familiar ou comunitário (Huberman, 1972, p. 130). A transição para um modelo de aprendizagem mais formalizado e comercializado, no qual o capital cultural codificado em programas educacionais formais, embora possa expandir o acesso e democratizar o capital cultural, também pode levar à padronização das práticas e ao afastamento dos contextos culturais locais. Essa transformação do saber-fazer artesanal em conteúdo de cursos *workshops* pode beneficiar novos praticantes, mas também pode gerar tensões relacionadas com a propriedade intelectual e a legitimidade da prática e comercialização do artesanato. Isso pode resultar em tensões entre os detentores tradicionais do conhecimento e os novos praticantes.

A legislação é o instrumento fundamental nesse processo de “construção” e redefinição do artesanato tradicional como um património cultural, que tem adaptado

as formas de lidar com as tradições artesanais para responder às demandas da economia criativa contemporânea. Em Portugal, a primeira legislação dirigida especificamente para o artesanato, a Portaria nº 1099/80, de 29 de dezembro, focada na criação de emprego e na formação profissional, define “artesão” como:

o trabalhador que, isoladamente, em unidades de tipo familiar ou associado, transforma matérias-primas e produz ou repara objetos, ao qual se exige um certo sentido estético e habilidade ou perícia manual, podendo, no entanto, usar máquinas como auxiliares do trabalho, e cuja intervenção pessoal, dominando todas as fases do processo produtivo, constitui fator predominante no mesmo, ao contrário do que se passa na atividade industrial ou de produção em série. (Portaria nº 1099/80)

Esta visão marca uma transição na percepção do artesão: de “guardião das tradições”, passa a ser considerado como um “empreendedor”, capaz de desenvolver técnicas produtivas inovadoras, incluindo o uso de máquinas no processo produtivo. A mudança legislativa reconhece e valoriza o capital cultural intangível (Bourdieu, 1986; Throsby, 2004), posicionando os artesãos como atores centrais da economia criativa. Além disso, a legislação evolui para fortalecer o subsector artesanal, como demonstrado pelo Decreto-Lei nº 41/2001 e na sua atualização pelo Decreto-Lei nº 110/2002. Esta legislação introduz instrumentos como o *Estatuto do Artesão* e a *Unidade Produtiva Artesanal* (UPA), a *Carta de Artesão*, um documento renovável por período de dois a cinco anos que reconhece o domínio de conhecimentos e técnicas da atividade, e o *Registo Nacional do Artesanato* (RNA), uma base de dados que compila informação sobre os artesãos e as UPAs reconhecidas. Estas iniciativas legislativas e regulamentadoras refletem uma valorização do artesanato em termos económicos e culturais e indicam um processo ativo de (re)construção do património cultural (Smith, 2006).

A consolidação das entidades de incentivo ao artesanato e apoio aos artesãos é acompanhada por um desenvolvimento legislativo e pela instituição de novas estruturas destinadas à patrimonialização da arte tradicional artesanal. A implementação do Decreto-Lei nº121/2015, de 30 de junho, por exemplo, restringe a certificação de

produtos artesanais aos detentores da *Carta de Artesão* e às UPAs, vinculados a um referente geográfico com importância histórica ou cultural. Esta mudança legislativa é reforçada pela ratificação, em agosto de 2008, da Convenção do PCI, que permite que os produtos portugueses certificados nacionalmente possam ser incluídos na *Lista de Salvaguarda Urgente da UNESCO*. Este contexto, embora promissor, apresenta seus próprios desafios. Para alguns artesãos, as novas leis abrem portas para a consolidação da sua presença no mercado e para o acesso a um suporte institucional. Entretanto, para outros, menos qualificados, em fase de aprendizagem ou com recursos limitados, as exigências da certificação, juntamente com os encargos financeiros e administrativos que acarretam e a necessidade de redes de apoio que não estão igualmente disponíveis a todos, podem erigir barreiras. Esses obstáculos limitam o acesso ao mercado formal e aumentam as expectativas para o reconhecimento dos seus produtos como parte integrante do património cultural nacional.

2.6. A certificação de produtos artesanais em Portugal

A certificação de produtos artesanais é um importante tipo de capital cultural institucionalizado (Bourdieu, 1986). Funciona como uma espécie de “selo de qualidade”, que visa, sobretudo, preservar determinadas tradições culturais e os saber-fazer, selecionando e reforçando características e recortes históricos do património cultural (Hobsbawm & Ranger, 1997; Rêgo & Duarte, 2023, p. 117), criando assim uma “ilusão autêntica” de continuidade histórica (Skounti, 2009). A certificação tem também como objetivos incentivar a continuidade da produção local, promover o reconhecimento oficial das competências dos artesãos qualificados e proteger contra falsificações, garantindo a qualidade e a origem identificada dos produtos.

A certificação de produtos artesanais em Portugal começa em 1996, com o Decreto-Lei nº 204/96, destinado a criar um certificado de autenticidade para a ourivesaria portuguesa. Contudo, essa iniciativa não tem um impacto relevante. A consolidação do subsector artesanal ocorre em 30 de junho de 2015, com o Decreto-Lei nº121/2015, que regulamenta a certificação de produtos não-alimentares. Este decreto reconhece o artesanato como uma forma de “afirmação da identidade nacional”, que valoriza a pluralidade cultural, o desenvolvimento local e a promoção de empregos qualificados,

além de oferecer proteção contra a contrafação. O decreto estabelece as condições para a certificação, cria a marca de certificação e as etiquetas dos produtos certificados, que devem ressaltar a denominação da produção artesanal, a marca de certificação, a indicação geográfica, a entidade promotora, o organismo de certificação, uma breve descrição e a numeração da certificação.

Com as novas condições, a solicitação de registo de um produto para obter a certificação é feita por uma entidade promotora (pessoa singular, entidade pública ou entidade privada sem fins lucrativos, que normalmente são Câmaras Municipais ou associações de produtores) junto do IEFP. Essa entidade apresenta um **caderno de especificações** contendo: o nome ou denominação de venda do produto; o enquadramento cultural e histórico-geográfico da produção; a delimitação geográfica; a identificação e a caracterização das matérias-primas; a descrição do modo de produção (com técnicas e ferramentas); as condições de inovação do produto; e as referências às normas técnicas aplicáveis. A Comissão Consultiva para a Certificação de Produções Artesanais Tradicionais (CCCPAT), ligada ao IEFP e composta por onze entidades relacionadas com as artes, os ofícios e o património, recebe e analisa esta documentação, seguindo critérios rigorosos que incluem a tradição na produção, a qualidade, a “autenticidade”, os materiais utilizados, a origem geográfica e as técnicas de produção. Após a aprovação pela CCCPAT, o produto é avaliado detalhadamente pela A.Certifica (acreditada, em 2016, pelo Instituto Português de Acreditação (IPAC)), a única entidade responsável por esse processo em Portugal. Concluído o registo, a certificação é publicada na 2ª série do Diário da República e no portal do IEFP, que também aprova os registos das produções artesanais e gere as marcas de certificação. Em seguida, a entidade promotora deve solicitar ao INPI o registo de denominação da produção com indicação geográfica, num processo independente, mas relacionado.

É importante reconhecer que a certificação é um marco na valorização e no reconhecimento do artesanato português, ao diferenciar as produções artesanais tradicionais, que exigem habilidades específicas ou saberes intergeracionais, dos produtos feitos à mão sem tradição cultural. No entanto, este é um processo dinâmico, que envolve a mudança de perceções de toda a sociedade e exige a colaboração de

vários setores, como governos, instituições educativas, organizações sociais e os próprios consumidores.

O processo de certificação de produtos artesanais é minucioso e burocrático. A certificação dos Lenços de Namorados do Minho, por exemplo – a primeira entre as 26 certificações de produtos artesanais realizadas em Portugal⁶ –, levou cinco anos para ser concluída em 2002. É um processo assumido por instituições externas (*etic*), que, ao mesmo tempo que valoriza o capital cultural incorporado, também o restringe ao criar um conjunto de critérios padronizados que podem excluir formas alternativas de saberes ou competências não reconhecidas pelo sistema formal. Como capital cultural institucionalizado, o processo de certificação tende a privilegiar e selecionar certos conhecimentos e valores, normalmente dominantes para um determinado grupo (Smith, 2006), o que reforça hierarquias sociais e pode também inibir a inovação. A certificação fixa as tradições culturais selecionadas num estado específico, criando uma ideia de “autenticidade” estática, inalterável e afastada das vivências e do conhecimento das próprias comunidades. Além disso, nem todos os artesãos podem ter os seus produtos certificados. Para que isso possa ocorrer, os seus produtos precisam seguir todos os critérios dos cadernos de especificações e, mesmo que tenham uma experiência excecional na área, os artesãos precisam pertencer a uma UPA reconhecida pela entidade de certificação, que, para ser formalizada precisa ser composta por, pelo menos, um artesão registado no Serviço de Finanças. O reconhecimento das limitações que o DAP (Smith, 2006) impõe ao processo pode conduzir ao desenvolvimento de abordagens mais inclusivas e adaptáveis, que valorizem a diversidade cultural e tenham uma visão dinâmica das tradições.

É importante ressaltar que todas as questões relacionadas com o artesanato em Portugal, especialmente a certificação, estão sob responsabilidade do IEFP, uma entidade tutelada pelo Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social. Esta estrutura de responsabilidade prioriza aspetos como a empregabilidade, a formação profissional e a competitividade no mercado, em detrimento de temas que enfatizariam a valorização e a promoção do património cultural, uma responsabilidade que seria do

⁶ Até setembro de 2024

Ministério da Cultura. Essa abordagem evidencia a sobrevalorização do capital cultural institucionalizado (Bourdieu, 1986), em Portugal.

A trajetória do artesanato tradicional em Portugal ilustra, portanto, uma complexa interação entre a reinterpretação cultural e a adaptação legislativa. Com um foco especial no desenvolvimento económico, políticas e leis moldam a perceção e a prática do artesanato e destacam a necessidade de valorizar o artesanato como um agente ativo nas ICs, mais do que como um detentor de um legado cultural. À medida que o subsetor do artesanato se adapta e se transforma para responder às exigências e oportunidades das ICs, torna-se imperativo o desafio de harmonizar a herança do passado com as dinâmicas económicas atuais e proporcionar condições e voz aos artesãos, os principais agentes deste processo.

Capítulo 3. As Indústrias Criativas

3.1. Definição e desenvolvimento das Indústrias Criativas

As Indústrias Criativas (ICs), conceito que emerge no contexto político na década de 1990 (Faustino, 2018, p. 19; Flew & Cunningham, 2010, p. 113), representam uma visão contemporânea e abrangente de atividades que incluem a criação, produção e comercialização de produtos culturais e criativos, com foco na inovação, diversidade e no potencial económico da criatividade. Diferenciando-se das Indústrias Culturais, conceito associado à Teoria Crítica de Adorno e Horkheimer (1947), que destacava a produção cultural massificada e padronizada e refletia sobre questões da época, como a mercantilização e a passividade do consumidor cultural, as Indústrias Criativas começam a ganhar destaque a partir de 1960, num contexto de mudanças tecnológicas e globalização (O'Connor, 2007, p. 38). A digitalização e a conectividade global oferecem novas oportunidades para a criação e a distribuição de conteúdos criativos, democratizando o acesso a alguns bens culturais e levando-os para o domínio comercial e público. Assim, as ICs expandem-se além das fronteiras tradicionais, abraçando uma gama mais diversificada de expressões culturais e artísticas e enfatizando o potencial económico e a contribuição destas atividades para o desenvolvimento económico e social. O novo paradigma desvia-se do olhar crítico das Indústrias Culturais, com a proposta de um modelo inclusivo, dinâmico, criativo e diversificado na produção e no consumo de bens culturais, reconhecendo a interseção entre a expressão artística, a tecnologia e a economia e destacando o valor económico da criatividade.

Porém, a delimitação conceptual das ICs não é imediata. Na década de 1990, as ICs começam a ganhar reconhecimento e definição, devido a iniciativas como o projeto *Creative Nation*, na Austrália, liderado pelo então Primeiro-Ministro, Paul Keating, e a formação do *Creative Industries Task Force* (CITF), no Reino Unido, sob a liderança de Tony Blair (Faustino, 2018, p. 28). Estas iniciativas buscam mapear e promover um setor caracterizado pela inovação, diversidade e potencial económico da criatividade. O programa *Creative Nation*, lançado em 1994, pelo governo australiano, é pioneiro ao integrar as artes e as manifestações culturais na agenda económica nacional, destacando as ICs como impulsionadoras do emprego, crescimento económico e

inovação. Este programa influencia a formulação de políticas públicas culturais na Austrália e inspira outros países a valorizar e integrar a criatividade nas suas agendas económicas. Na Europa, o CITF, criado por Tony Blair, em 1997, realiza um mapeamento detalhado das ICs, identifica obstáculos ao seu crescimento e propõe políticas para fortalecer o setor, como os incentivos ao empreendedorismo, as melhorias no acesso ao financiamento para empresas de todos os tamanhos e a proteção da propriedade intelectual. Em 1998, o *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) do Reino Unido, encarregado de implementar as recomendações do CITF, faz um amplo mapeamento das ICs. O documento conhecido como *Creative Industries Mapping 1998*, especifica 13 subsetores criativos (publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, edição, *software*, artes performativas, artesanato, *design*, filmes e vídeos, televisão e rádio, moda, música e jogos de vídeo e computador), ressaltando o expressivo potencial económico do setor, com quase um milhão de empregos criados e uma contribuição expressiva para o Produto Interno Bruto (PIB) do Reino Unido.

O relatório do DCMS introduz a primeira definição oficial de ICs, descrevendo-as como atividades que “têm origem na criatividade, capacidades e talento individual, e que têm o potencial de gerar riqueza e de emprego através da criação e exploração de propriedade intelectual” (DMCS UK, 2001, p.5). Este enquadramento, juntamente com os dados levantados pelo CIFT e organizados pelo DMCS, proporciona uma nova compreensão do papel da criatividade na economia moderna tardia e da sua importância para o desenvolvimento social e cultural e estabelece uma ligação definitiva entre as ICs e as políticas culturais e económicas (O’Connor, 2007, p. 49).

A nível global, outras ações importantes são tomadas para promover as ICs. Em 2004, a UNESCO cria a Rede de Cidades Criativas (*Creative Cities Network*), que promove a cooperação entre cidades que reconhecem a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Em 2006, a União Europeia formaliza o conceito de Indústrias Criativas, resultando no desenvolvimento de políticas e programas destinados a apoiar e a desenvolver o setor criativo na Europa. Em 2008, a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) publica

o primeiro relatório sobre a Economia Criativa, dividindo as ICs em quatro grupos: patrimônio, artes, media e criações funcionais.

Para enriquecer a compreensão e a aplicação prática das ICs, várias contribuições teóricas são feitas. R. Florida (2002), um dos investigadores influentes na área, introduz a teoria da "classe criativa", segundo a qual cidades e regiões que atraem e retêm uma classe criativa prosperam economicamente, pois esses profissionais impulsionam a inovação e o crescimento económico. A teoria dos três Ts (tecnologia, talento e tolerância) de R. Florida (2012, pp. 228-265) destaca que a combinação destes elementos é fundamental para o desenvolvimento urbano e regional, por criar ambientes propícios ao florescimento das ICs, num ecossistema onde a criatividade é maximizada. Outros investigadores também contribuem significativamente para o entendimento das ICs. H. Jenkins (2015) e T. Flew (2011) exploram como a globalização e as inovações tecnológicas transformam a produção, distribuição e consumo de produtos culturais e criativos. C. Leadbeater (2008) discute o potencial da internet para a colaboração e inovação coletiva. J. Howkins (2002) enfatiza a importância da Propriedade Intelectual no valor económico gerado pelas ICs. Estas teorias ampliam a compreensão e fundamentam a prática das ICs em diversos contextos.

3.2. A propriedade intelectual

Como destacado no primeiro relatório do DMCS, a emergência e o desenvolvimento do conceito de Indústrias Criativas estão ligados ao reconhecimento crescente da Propriedade Intelectual (PI) como um motor económico vital e, frequentemente, o ativo mais valioso destas indústrias (Howkins, 2002). Num mundo onde a criatividade e a inovação são *commodities* cada vez mais valiosas e a economia está centrada em ativos intangíveis como o conhecimento e a informação, os direitos autorais, as patentes, as marcas registadas e o *design* industrial tornam-se essenciais para proteger e monetizar as criações derivadas da criatividade e da inovação.

Contudo, o reforço das regulamentações sobre a PI também trata os bens culturais como mercadorias (O'Connor, 2007, p. 52). Isso pode levar a uma mercantilização da cultura, onde o valor comercial se torna o principal determinante da produção e distribuição culturais. Embora as regulamentações da PI protejam os interesses

económicos dos criadores, assegurem a exclusividade no uso das suas criações por um período determinado e garantam reconhecimento e remuneração, também podem restringir a inovação e a criatividade e limitar a livre circulação de ideias e expressões culturais, criando barreiras ao acesso público e à reutilização criativa de conteúdos culturais (Lessing, 2005).

No subsetor do artesanato, a certificação de um produto não garante a sua propriedade intelectual. É a Indicação Geográfica (IG) que oferece proteção legal contra o seu uso indevido por terceiros, conforme a Lei de Propriedade Industrial. A proteção da propriedade intelectual pode assumir diversas formas, incluindo direitos autorais, marcas registadas e proteção de *design*, mas está sobretudo focada na indicação da procedência dos produtos. As Indicações Geográficas (IGs) e as Denominações de Origem (DOs), ou as formas protegidas na União Europeia – Indicações Geográficas Protegidas (IGPs) e Denominações de Origem Protegidas (DOPs) – atestam a identidade cultural e a qualidade dos produtos tradicionais regionais. As DOPs, o reconhecimento máximo na UE, garantem uma ligação profunda do produto com a sua região de origem, considerando aspetos como o *terroir*, as técnicas tradicionais e a reputação. Já as IGPs, embora menos restritivas, asseguram que o produto possui qualidades ou reputação associadas a uma região específica. Ambas as formas de proteção impulsionam a economia local, incentivam a produção e a exportação e promovem a imagem do país ou da região no cenário internacional.

A legislação sobre PI, especialmente no que tange às DOs e IGs, inclui marcos legislativos importantes como a *Convenção da União de Paris* (CUP), de 1883, focada na concorrência desleal e nas falsas indicações de procedência; o *Acordo de Madrid*, de 1891, que combate a concorrência desleal, sem definir claramente as IGs; o *Acordo de Lisboa*, de 1958, que distingue DOs e IGs e cria um sistema de registo e proteção internacional; o *Acordo TRIPS*, de 1994, que estabelece um quadro legal abrangente para a proteção de IGs e DOs entre membros da Organização Mundial do Comércio (OMC); e, por fim, a *Lei de Genebra do Acordo de Lisboa*, de 2015, que introduz flexibilidade e inovações no sistema de registo internacional. Esses tratados promovem e protegem as indicações de origem a nível global, estabelecendo a cooperação entre

países e prevenindo concorrência desleal e falsificações. No entanto, ao criar incentivos que introduzem a escassez artificial e o controlo do acesso, estas leis podem limitar a disseminação do conhecimento e dos benefícios sociais da informação (Rosa, 2019, p. 145). Para equilibrar incentivos à criação e acesso equitativo à informação, têm sido discutidas e implementadas abordagens como licenças abertas, projetos colaborativos e de partilha de conhecimento, que visam promover um acesso mais amplo à informação, incentivando simultaneamente a criação e a inovação (Jenkins, 2009, p. 342; Rosa, 2019, p. 153).

3.3. O artesanato como subsetor das Indústrias Criativas

Como um subsetor das ICs, o artesanato destaca-se pela sua forte base na criatividade, habilidade individual e herança cultural. Contribui economicamente como fonte de emprego e rendimento, preserva e promove tradições e valores locais, possibilita a diversidade cultural e fortalece laços comunitários. A classe criativa dos artesãos cria ambientes diferenciados nas cidades, atraindo os turistas e promovendo o desenvolvimento regional (Florida, 2012). Diferentemente de outras áreas das ICs, que se focam em produtos digitais, serviços intangíveis ou criações artísticas contemporâneas, o artesanato tradicional está relacionado com objetos tangíveis com forte componente simbólico e cultural, muitas vezes únicos ou de produção limitada. As peças são o resultado de técnicas manuais e tradicionais passadas através das gerações, o que contrasta com os métodos de produção em massa, tecnologicamente avançados, dos outros subsetores das ICs.

Por ser um subsetor distinto, a inclusão do artesanato nas listas oficiais das ICs nem sempre foi consensual. Em 2013, o DCMS questiona a contribuição deste subsetor, baseando-se em informação sobre a operação em pequena escala da maioria das empresas de artesanato, que não gera dados de pesquisa de negócios claramente visíveis ou quantificáveis (Luckman & Thomas, 2018, p. 1; DCMS, 2013). Este debate e a ameaça de uma possível exclusão do subsetor do artesanato das ICs leva à mobilização de académicos, da comunidade artesanal e de outros subsetores criativos, resultando no reconhecimento público, pelo DCMS, da relevância do subsetor do artesanato para as ICs (Bennett, 2013; DCMS, 2013). Esta movimentação prova que os critérios

económicos não diminuem a força do elemento criativo nem o valor cultural, social e patrimonial das atividades artesanais.

Os tempos modernos tardios impõem desafios ao artesanato devido às transformações tecnológicas e às tendências de mercado em constante mudança. A globalização, o comércio *online* e as plataformas de redes sociais ampliam as oportunidades, mas também introduzem competição acirrada e dificuldades na proteção da propriedade intelectual e na preservação da relevância cultural dos produtos artesanais. No contexto das ICs, o subsetor do artesanato já não se limita à simples produção e venda de produtos tradicionais; ele tem sido redescoberto como um empreendimento desejável (Jakob, 2013, p. 127). Surge a necessidade de desenvolver novas abordagens para transmitir competências às futuras gerações e estabelecer conexões com outros subsectores criativos. A procura por financiamentos e subsídios torna-se essencial para sustentar a prática artesanal, assim como a adoção de estratégias para ganhar reconhecimento e expandir em mercados internacionais. Os artesãos precisam inovar, criando modelos de trabalho que permitam a renovação das suas práticas, adaptando-as às realidades tecnológicas do mercado sem perder os valores tradicionais que distinguem o seu ofício (Luckman & Thomas, 2018, pp. 8-9). O subsetor do artesanato, integrado nas ICs, enfrenta o desafio de uma adaptação contínua, procurando garantir sustentabilidade e possibilitar uma reinterpretação inclusiva do património cultural contemporâneo (Smith, 2012).

Capítulo 4. A criatividade e a inovação

4.1. A criatividade como raiz do processo criativo

Em diferentes abordagens, a criatividade é vista como a raiz do processo artístico. Embora o romantismo tenha contribuído para a disseminação das ideias de que a criação artística é um ato espontâneo, solitário, não imitativo, com inspiração divina, muitos autores (Florida, 2002; Ashton, 2014; Ferguson, 2010; Lessig, 2008; Jenkins, 2006; Sawyer, 2012) comprovam que o processo criativo é colaborativo e cumulativo, baseando-se na recombinação de materiais existentes para gerar novas formas de expressão e conhecimento (Rosa, 2019, pp. 149-152; Sawyer, 2012). A criatividade emerge da inspiração, da imaginação, das associações mentais, das emoções humanas, do contexto, das relações interpessoais e das pressões ambientais. Ela é a consequência da aplicação do talento humano e do conhecimento adquirido sobre um assunto específico, técnica ou material, que impressiona pela sua relevância num determinado tempo e situação (Kneller, 1971, pp. 16-19).

4.2. O conceito de inovação

A transição da criatividade para a inovação ocorre quando as ideias criativas são implementadas e materializadas na forma de produtos, processos ou métodos. Enquanto a criatividade é intangível e inerente ao ser humano, a inovação é a concretização desse processo criativo (Hunter, 2013; Sawyer, 2012). Manifesta-se na “implementação de produtos (bens ou serviços), novos ou significativamente melhorados, processos, estratégias de marketing ou métodos organizacionais nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou no âmbito das relações externas” (OCDE – Manual de Oslo, 2005, p. 46).

Nas Indústrias Criativas, onde a expressão artística desempenha um papel central, a inovação é o meio pelo qual a criatividade é eficazmente traduzida em valor económico e cultural. Isso ocorre porque permite que os profissionais transformem as suas visões criativas em produtos, serviços e obras que encontram ressonância no mercado e junto do público.

A primeira teoria da inovação nos campos económico e empresarial é formulada em 1911 por J. Schumpeter (1982, pp. 90-93). Nesta teoria, os empreendedores são definidos como agentes de um processo profundo e transformador de “destruição criadora”, que impulsiona o desenvolvimento económico. As novas ideias, as tecnologias e os produtos introduzidos no mercado além de criarem novas oportunidades, tornam obsoletos os produtos e as indústrias existentes, desencadeando um processo de descontinuação e renovação constantes. Este conceito de “destruição criadora” prenuncia a natureza transformadora da inovação social que se seguiria décadas mais tarde.

O termo “inovação social” (IS) surge, no campo académico, nos anos de 1970, através dos trabalhos de investigadores como J. B. Taylor (1970) e P. H. Chombart de Lauwe (1976). Inicialmente associada à resolução de problemas sociais específicos, a inovação social tem como objetivo satisfazer necessidades sociais, como a redução da pobreza e da delinquência (Cloutier, 2003, p. 3). Gradualmente, a ideia de inovação, que era muito relacionada com processos institucionais, começa a ultrapassar as fronteiras das melhorias técnicas e tecnológicas, abraçando um espectro mais amplo de impactos sociais. A partir de ações de outros investigadores e empresários, o conceito é ampliado para incluir políticas públicas e processos abrangentes que visam ideais sociais diversos, abrangendo múltiplas áreas do conhecimento (André & Abreu, 2006, pp. 125-126).

A década de 1980 marca uma mudança significativa na compreensão e na abordagem da inovação, que passa a ser vista como um fator de vantagem competitiva no mundo empresarial e não se limitava apenas a questões técnicas, tecnológicas ou institucionais. Essa expansão do conceito reflete-se nas Indústrias Criativas, onde a inovação começa a ser gerida e planeada, adotando um carácter sistémico, que engloba processos, modelos de negócios, gestão e *marketing*. Nesse contexto, uma nova cultura organizacional incentiva a criatividade e a inovação no ambiente de negócios. Nas últimas décadas do século XX, à medida que os desafios sociais se tornam mais complexos e interconectados, a inovação social evolui para lidar com questões como o aumento da desigualdade económica e social, o envelhecimento da população, o crescimento das demandas por cuidados de saúde e serviços sociais, a globalização, as

crises económicas e a sustentabilidade ambiental. A IS passa a ser vista como um processo necessário, envolvendo múltiplos intervenientes, que requer uma abordagem holística para enfrentar os desafios sociais.

A definição do conceito de inovação social ainda não é unânime. Contudo, defende-se aqui a ideia de que a IS representa a criação, adoção e implementação de novas ideias, abordagens, políticas, produtos, serviços ou modelos organizacionais com o propósito de resolver ou prevenir problemas sociais, satisfazer necessidades sociais e ambientais específicas, melhorar a qualidade de vida coletiva e fomentar a participação ativa e a cooperação entre os membros da comunidade, valorizando os conhecimentos e as vontades locais (Cloutier, 2003; Dro et al., 2011, p. 33; Duarte, 2019, p. 165). A inovação social caracteriza-se por sua natureza colaborativa, que exige a mobilização de recursos, a participação ativa dos atores sociais em todos os níveis e a formação de parcerias estratégicas (Pazetto et al., 2022, p. 95; Duarte, 2019, p. 165). A IS destaca-se, sobretudo, pelo seu poder transformador, que, respeitando o contexto local, promove uma reconfiguração das práticas e relações sociais e fomenta uma nova ordem social mais inclusiva e sustentável (Duarte, 2019).

4.3. Os possíveis obstáculos à inovação nas artes tradicionais artesanais

As artes tradicionais artesanais são legitimadas como património cultural quando são identificadas, avaliadas e compreendidas pelo Discurso Autorizado do Património (DAP) como elementos que fortalecem a identidade, as memórias coletivas, os valores e o sentido de pertença de uma comunidade. Essa “aprovação” de um artefacto ou do saber-fazer relacionado confere a esses elementos um “estatuto especial”, mas também exclui aqueles que não são selecionados, desempenhando um papel importante na construção de significado cultural (Smith & Akagawa, 2009, p. 4). Quando um artesanato tradicional ou um saber-fazer é reconhecido e incluído numa lista ou certificação nacional, é categorizado e passa a estar sujeito a regras específicas que regulam a sua produção, conservação e interpretação.

Oficialmente, para os “especialistas do património”, a inclusão de um produto artesanal numa lista de salvaguarda ou o processo de certificação têm como objetivo garantir a suposta “autenticidade” dos produtos e dos conhecimentos daquele saber-

fazer e evitar a extinção de tradições. No entanto, este processo, por si só, desencadeia uma transformação no simbolismo dos artefactos, nas suas tradições e na percepção dos próprios artesãos por parte da comunidade (Skounti, 2009, p. 76-77). As regras impostas pelo DAP, embora visem preservar características singulares e históricas, podem paradoxalmente restringir a inovação e a capacidade de adaptação dos artesãos às exigências contemporâneas. Um dos principais obstáculos à inovação nas artes tradicionais artesanais certificadas é a imposição de manter as técnicas e os materiais tradicionais inalterados, limitando a possibilidade de experimentação e inovação. Isso pode resultar num ciclo onde os artesãos se sentem compelidos a reproduzir padrões estabelecidos, em vez de explorar novas abordagens criativas. Além disso, a rigidez interpretativa das regras de conservação também pode restringir a capacidade de adaptação do património enquanto processo, onde o tangível e o intangível se entrelaçam e se adaptam às mudanças nas preferências e necessidades dos consumidores. Essa desconexão com o mercado pode resultar na marginalização do artesanato tradicional, reduzindo a sua relevância e ameaçando a sua sustentabilidade a longo prazo. Outro desafio enfrentado pelos artesãos é a falta de incentivos à inovação, decorrente de políticas de preservação que enfatizam a reprodução fiel do passado, em vez de incentivar a criação de novas obras que se baseiem nas tradições existentes. Isso pode desmotivar os artesãos a buscar novas abordagens e soluções criativas, uma vez que não há reconhecimento ou recompensa por fazê-lo.

Assim sendo, integrar a perspectiva da inovação social no artesanato tradicional é fundamental para promover a revitalização dessas práticas culturais, incentivando a participação ativa dos artesãos e o fomento da colaboração comunitária (Duarte, 2019). Isto implica reconhecer que o património é, por natureza, um processo em constante transformação. Quando os artesãos são encorajados a assumirem o papel de inovadores dentro das suas comunidades, o artesanato pode ser adaptado de forma sustentável às dinâmicas contemporâneas, mantendo a sua história e a sua importância cultural.

Portanto, a inovação pode ser vista como um meio essencial para revitalizar e assegurar a relevância perene do artesanato tradicional no mundo contemporâneo. Para isso, é imperativo que o DAP reconsidere a sua abordagem à inovação, criando um

ambiente propício à experimentação e à adaptação, que simultaneamente valorize a conexão da comunidade com as suas raízes culturais, reconhecendo o património como um processo vivo, em constante transformação.

4.4. As diferentes formas de inovação

O cenário aparentemente limitador das certificações não deve ser considerado como um obstáculo intransponível à inovação no artesanato tradicional. A combinação da inovação social com o modelo dos *Dez Tipos de Inovação*, apresentado pela Doblin, uma empresa de consultoria em inovação empresarial, em 1998 (Keeley et al., 2016), com base em uma pesquisa feita a partir de 2 mil inovações bem-sucedidas, proporciona uma visão ampla das oportunidades de desenvolvimento no subsector artesanal.

Este modelo, identifica abordagens para aprimorar produtos, processos e experiências, sem comprometer a integridade das suas raízes culturais e históricas. Muitas inovações emergem organicamente das necessidades e aspirações dos próprios artesãos e das comunidades em que estão inseridos, tornando o processo mais democrático e inclusivo. Contudo, os “especialistas do património” continuam a desempenhar um papel crucial ao fornecer orientações, recursos e reconhecimento oficial, garantindo que a inovação avance em harmonia com a preservação cultural. O modelo de Doblin inclui dez estratégias para modelos de lucro, rede, estrutura, processo, desempenho de produto, sistema de produto, serviços, canal, marca e envolvimento do cliente, podendo, aí, ser destacadas oportunidades variadas para a sustentabilidade do artesanato tradicional certificado.

A **Inovação de Modelo de Lucro**, também conhecida como Inovação de Receita, refere-se à criação de novas maneiras de gerar receita e lucro para a empresa. Em vez de se focar apenas em produtos ou serviços, esta abordagem explora diferentes estratégias para monetizar o valor entregue aos clientes (Osterwalder & Pigneur, 2011; Gassmann, Frankenberger & Csik, 2014). Esse tipo de inovação envolve uma série de elementos-chave, tais como a diversificação de fontes de receita, a monetização de dados ou a formulação de estratégias de precificação.

A **Inovação de Rede**, também conhecida como inovação colaborativa ou aberta, refere-se ao estabelecimento de parcerias estratégicas ou alianças que podem incluir

empresas, instituições acadêmicas, organizações sem fins lucrativos, governos ou indivíduos. Estas partes colaboram ativamente no processo de geração de ideias, pesquisa, desenvolvimento e implementação de soluções inovadoras. A inovação em rede oferece vários benefícios, como acelerar o desenvolvimento de produtos, reduzir custos de pesquisa e desenvolvimento, mitigar riscos, aumentar a competitividade e promover a rápida disseminação de inovações (Chesbrough, 2006). No entanto, esse tipo de inovação também apresenta desafios, como questões de propriedade intelectual, coordenação de múltiplos participantes, garantia de confidencialidade e resolução de conflitos.

A **Inovação de Estrutura**, também conhecida como Inovação Organizacional ou de Processo, diz respeito a mudanças significativas na forma como uma organização, empresa ou sistema opera, com o objetivo de melhorar a eficiência, produtividade e capacidade de resposta (Mintzberg, 1979; Kotter, 1996). Esta forma de inovação concentra-se nas práticas internas, na estrutura organizacional, nos fluxos de trabalho e nos processos.

A **Inovação de Processo** está relacionada com melhorias nas etapas de produção, operações e logística, mantendo no essencial o mesmo produto final (Tushman & O'Reilly, 1997). Pode envolver a automação de tarefas manuais repetitivas, a otimização do fluxo de trabalho, a implementação de ferramentas ou tecnologias modernas, como inteligência artificial, análise de dados e *Internet das Coisas* (IoT), ou a padronização de receitas e dos processos de produção.

A **Inovação de Desempenho de Produto** concentra-se na melhoria das características ou funcionalidades de um produto, serviço ou processo, buscando torná-lo mais eficiente, eficaz, confiável ou de melhor qualidade. Pode ser aplicada, por exemplo, na busca de uma qualidade aprimorada dos produtos, na adoção de técnicas de acabamento que prolongam a sua vida útil ou na personalização com detalhes para atender a clientes específicos.

A **Inovação de Sistema de Produto** concentra-se na criação, aprimoramento ou modificação de produtos e serviços complementares. Esta abordagem não se concentra apenas num produto isolado, mas em todo o ecossistema no qual está inserido e cria

diferenciais pela associação de produtos e serviços que agregam valor entre si (Teece, 1986).

A **Inovação de Serviços** refere-se ao processo de desenvolvimento, aprimoramento ou criação de novos serviços ou melhorias significativas que aumentam a utilidade, o desempenho e o valor aparente de um produto ou de serviços existentes. Essa inovação é aplicada, por exemplo, quando são criados *workshops* e cursos para ensinar habilidades técnicas aos clientes ou quando se oferece serviços de consultoria para a escolha de produtos.

A **Inovação de Canal** envolve a criação de novas formas de disponibilizar produtos ou serviços aos clientes, visando melhorar a acessibilidade, a conveniência e a experiência geral do cliente. Isso pode incluir a adoção de novas tecnologias, parcerias estratégicas com lojas, mercados ou galerias, utilização de plataformas de comércio eletrônico, realização de *workshops* interativos e participação em feiras e eventos culturais.

A **Inovação de Marca**, também conhecida como inovação de *branding*, refere-se a estratégias e ações que uma empresa ou organização implementa para revitalizar, modificar ou redefinir a imagem e a identidade da sua marca no mercado. Envolve a criação de novos elementos ou a adaptação dos existentes relacionados com a marca, com o objetivo de se destacar, conquistar novos públicos e permanecer relevante num ambiente competitivo. Pode ser aplicada por meio do *rebranding*, com a alteração do nome, do logotipo, das cores, da missão e de outros elementos centrais da marca, com inovações nas embalagens, a criação de programas de fidelidade ou o estabelecimento de novos canais de comunicação.

A **Inovação de Envolvimento do Cliente**, também conhecida como Inovação CX (*Customer Engagement*), refere-se às estratégias e ações que uma empresa implementa para melhorar a conexão dos clientes com a marca. O objetivo é criar experiências positivas e memoráveis que satisfaçam as necessidades dos clientes, excedam as expectativas e promovam a fidelização (Bliss, 2015). Pode ser aplicada, por exemplo, na criação de uma plataforma *online* para a venda de produtos com experiências de compra mais personalizadas ou disponibilização de informações detalhadas sobre os produtos,

incluindo as histórias por trás de cada criação, e a possibilidade de interação direta com os criadores por meio das redes sociais.

Estes dez tipos de inovação, que se organizam em três categorias fundamentais: **Configuração** (Modelo de Lucro, Rede, Estrutura e Processo), **Oferta** (Desempenho de Produto e Sistema de Produto) e **Experiência** (Serviços, Canal, Marca e Envolvimento), refletem a complexidade do processo inovador. Embora possa parecer que a inovação, aos olhos do DAP, ameaça o património cultural, ao poder descaracterizar ou diluir práticas seculares, é importante compreender que, quando realizada de forma sensível, consciente e responsável, tendo em conta as perceções e os valores da comunidade envolvida, a inovação transcende a sua faceta técnica. Torna-se uma ferramenta essencial para a preservação da identidade cultural e para a promoção de uma interação dinâmica com o mundo moderno. A aplicação prática destes princípios tornar-se-á mais evidente na análise de como a inovação tem sido empregue pelos artistas criativos do subsector artesanal, demonstrando como a essência das tradições culturais é mantida enquanto as produções respondem às necessidades contemporâneas.

Capítulo 5. Perspetivas do universo de informantes artesanais

A análise apresentada no presente Capítulo baseia-se no material recolhido através das entrevistas semiestruturadas, realizadas com os treze artesãos certificados⁷, cada um especialista num dos sete produtos selecionados para esta investigação, e com Teresa Costa, responsável pela A.Certifica. O grupo de entrevistados foi selecionado tendo em vista fornecer uma visão diversificada e abrangente sobre a tradição e a inovação no artesanato tradicional contemporâneo em Portugal. É detetável um desequilíbrio de género no universo de entrevistados, com apenas dois artesãos e onze artesãs, mas esta discrepância reproduz, em parte, a assimetria encontrada no contexto social do subsetor artesanal.

Inicialmente, os dados recolhidos através das entrevistas foram transcritos e codificados manualmente. Utilizou-se uma abordagem qualitativa centrada nas interpretações dos participantes. A triangulação de dados – obtidos a partir das entrevistas, observação participante e análise documental – assegurou a validade dos resultados, minimizando os vieses e as limitações de cada técnica individual, proporcionando uma compreensão holística da inovação no artesanato certificado em Portugal. A despersonalização dos dados cumpre os requisitos éticos da investigação e permite que se dê ênfase à substância das contribuições. As técnicas de recolha de dados e justificações das suas escolhas são detalhadamente apresentadas na **Tabela 3**.

Tabela 3 - Técnicas adotadas na fase de trabalho empírico

Técnica	Justificação
Entrevistas semiestruturadas	Permitem explorar os temas específicos com flexibilidade e profundidade, captando perceções e experiências detalhadas dos artesãos e da representante da certificação.
Observação participante	Fornece uma visão direta e contextualizada das práticas dos artesãos, complementando as entrevistas com dados observados em campo.
Transcrição e Codificação manual dos dados	Facilitam a identificação de temas, padrões e tendências emergentes, transformando os dados brutos em categorias analíticas.

⁷ Foram entrevistados os seguintes artesãos, por ordem alfabética: Alice Gordino (Bordado de Castelo Branco), Arlindo Moura (Filigrana de Portugal), Anabela, Fátima e Paula Oliveira da Aurora Handmade (Camisola Poveira), Celeste Ferreira (Renda de Bilros de Vila do Conde), Céu Salazar (Renda de Bilros de Vila do Conde), Conceição Messias (Figurado de Barcelos), Cristina Gomes (Camisola Poveira), Fernanda Novo (Camisola Poveira), Geny Seixas (Filigranas de Portugal), Isabel Pires (Bonecos de Estremoz), Isa Silva (Junco de Forjães), Mina Gallos (Figurado de Barcelos) e Ricardo Fonseca (Bonecos de Estremoz).

Análise qualitativa	Centra-se nos significados e interpretações do universo de informantes, capturando a complexidade e a subjetividade das experiências.
Triangulação de dados	Assegura a validade e robustez dos resultados, integrando diferentes fontes de dados para uma compreensão mais completa e holística.
Despersonalização dos dados	Protege a privacidade dos entrevistados e foca a análise na substância das contribuições coletivas.

Identificaram-se sete categorias analíticas essenciais que, juntamente com as principais tendências e inovações observadas (Anexo XIII), os objetivos de análise e os achados mais significativos, estão resumidos na **Tabela 4**. Esta grelha clarifica o material reunido, proporcionando uma visão integrada e organizada dos elementos centrais abordados nas entrevistas.

Tabela 4 - Análise das entrevistas

Categoria	Principais pontos observados	Objetivos da análise	Principais achados
Trajetórias, motivações e inspirações	As origens, motivações e influências que os artesãos tiveram.	Investigar como as trajetórias pessoais e profissionais dos artesãos influenciam a sua dedicação e a abordagem ao artesanato.	Diversidade de percursos: desde a formação informal em contextos familiares até habilidades adquiridas em instituições reconhecidas. A paixão pessoal e a responsabilidade cultural são decisivas na escolha pela carreira artesanal. Interconexão entre ensino e aprendizagem.
Processo de certificação	Como os artesãos avaliam e quando aderiram ao processo de certificação. Perceções sobre as vantagens e desvantagens do processo. Inovações introduzidas. Possibilidades de inovação.	Entender como a certificação é vista e utilizada pelos artesãos para a valorização dos produtos.	Perceção da certificação como um selo de qualidade que pode aumentar o reconhecimento do trabalho artesanal. Críticas sobre a burocracia e os custos de manutenção da certificação. A fiscalização (responsabilidade da ASAE) pode afetar a credibilidade da certificação, mas inovações podem amenizar o problema. Escassez de informações sobre a certificação para alguns artesãos não-certificados.
A tradição e a inovação	Perceções sobre a tradição e a inovação no trabalho artesanal.	Investigar como os artesãos equilibram tradição e inovação, adaptando competências às exigências do mercado e às suas expressões artísticas pessoais.	Inovação varia entre intuitiva e estratégica. Resistência comunitária às inovações. Críticas sociais podem inibir a experimentação. O ambiente social influencia diretamente a liberdade criativa dos artesãos. Restrições impostas pela certificação limitam, em parte, a possibilidade de inovar. O desenvolvimento de diretrizes claras sobre a implementação de inovações no artesanato tradicional pode reduzir incertezas e incentivar avanços. Necessidade de flexibilidade dos cadernos de especificações.
O mercado – Comunicação, marketing e gestão	Diversidade nas estratégias de <i>marketing</i> e vendas. Uso de canais digitais. Variação no gerenciamento das	Explorar como os artesãos utilizam diferentes estratégias de <i>marketing</i> e canais para promover e vender os seus produtos artesanais; avaliar as dinâmicas competitivas	Adoção de uma ampla gama de estratégias de comunicação, <i>marketing</i> e gestão através de vários canais. Importância dos canais digitais mesmo para os que possuem estabelecimentos físicos. Necessidade de apoio externo no <i>marketing</i> para aumentar a visibilidade. Diversidade do público-alvo que exige estratégias

Categoria	Principais pontos observados	Objetivos da análise	Principais achados
	atividades de comunicação e gestão. Estratégias de precificação. Público-alvo. Perceções sobre a concorrência e as parcerias.	entre artesãos e a influência das parcerias sobre a inovação.	de <i>marketing</i> e desenvolvimento de produtos diversificados. Colecionadores representam um segmento valioso e necessitam de estratégias específicas. Os clientes valorizam as histórias e os significados culturais dos produtos. Comunicar eficazmente do valor intangível é essencial para justificar preços mais elevados. A competição pode ser vista como oportunidade para cooperação ou como um obstáculo devido à desconfiança. A crescente valorização do artesanato favorece a uma preferência por qualidade e inovação em vez de preço. As parcerias enriquecem o trabalho artístico, expandem o público-alvo e fomentam a inovação. Resistência de alguns artesãos à colaboração devido ao medo de diluição da identidade artística e da perda de benefícios comerciais.
Políticas Culturais	Como as políticas culturais de preservação estão progressivamente voltadas para a promoção do desenvolvimento económico. A tensão entre a valorização do capital cultural institucionalizado e as formas incorporadas e objetivadas do capital cultural.	Examinar como as políticas culturais focadas no desenvolvimento económico influenciam a prática e a percepção do artesanato em Portugal.	Ênfase no capital cultural institucionalizado pode falhar na valorização do conhecimento obtido pela experiência ⁸ . Políticas precisam reconhecer e valorizar todas as formas de capital cultural no artesanato. A certificação de alguns artesãos que não possuem conhecimento ou experiência adequados pode levar à diluição de técnicas artesanais e à perda de conhecimentos. Falta de interesse de municípios e associações pelos processos de certificação. Percepção de que as práticas culturais estão a ser negligenciadas e necessidade de uma abordagem mais inclusiva e democrática na formulação de políticas de património Problema na estrutura de gestão do artesanato em Portugal limita a sua visibilidade como património cultural e reforça a percepção de que se trata de uma atividade primariamente comercial, de menor valor artístico.
As relações com a comunidade	Interação dos artesãos com a comunidade local. Perceções sobre os artesãos não certificados. Reconhecimento comunitário do valor cultural do artesanato. Iniciativas regionais de venda, educação e apreciação cultural.	Observar como os artesãos interagem com a sua comunidade e como as dinâmicas sociais influenciam a identidade cultural, a educação e a economia local.	Crítica à regulamentação que limita o uso de nomes tradicionais sem a certificação. A certificação cria uma divisão entre artesãos certificados e não certificados que pode gerar exclusão ou desmotivação. Crescente valorização do artesanato como tendência de moda. Barreiras económicas e culturais dificultam a atividade dos praticantes tradicionais não certificados.
Visões sobre o futuro	Visões dos artesãos sobre as tendências culturais e de mercado, bem como o papel das inovações e do apoio institucional no futuro do artesanato.	Avaliar as expectativas dos artesãos quanto à continuidade das suas práticas, considerando as tendências culturais e de mercado e o papel das inovações e do apoio institucional.	A sustentabilidade do artesanato tradicional é ameaçada pelas dificuldades de produção e de comercialização. Percepção do potencial na inclusão de jovens no artesanato tradicional. Necessidade de maior valorização artística, apoio governamental e reconhecimento profissional. Certificação nacional tem grande potencial para ampliar a sua atuação e visibilidade. Tendência de valorização da exclusividade eleva o valor do artesanato tradicional. O artesanato poderá ser a “profissão de luxo” do futuro.

⁸ Designado, também, como “conhecimento tácito”, isto é, obtido pela experiência da vida. Inclui elementos cognitivos e práticos, sendo dificilmente materializado num documento.

A interpretação do material segue, agora, as categorias analíticas definidas.

5.1. Trajetórias, motivações e inspirações

A carreira da maioria dos entrevistados começa com aprendizagens informais em contextos familiares ou comunitários. Surge, assim, bastante evidenciada a transmissão das artes tradicionais artesanais como um saber intergeracional. Os artesãos provenientes de famílias com longa tradição em artesanato encontram geralmente inspiração e apoio neste meio. Possuem uma profunda compreensão das técnicas antigas e esforçam-se para as adaptar e para criar novos *designs* e aplicações. As inovações permitem que as suas obras se distingam das peças produzidas pelas gerações anteriores e revelem um estilo artístico próprio. Estes artesãos enfrentam o desafio de honrar o seu legado e manter viva uma tradição, enquanto aproveitam a oportunidade de moldar essa herança para criar algo novo e significativo. Este equilíbrio permite-lhes manter as suas criações relevantes, satisfazendo as exigências contemporâneas de estética e funcionalidade tanto da comunidade local quanto de um público mais amplo.

Contudo, entre os entrevistados também há artesãos sem uma história familiar diretamente ligada ao artesanato tradicional, que desenvolveram as suas competências mais tardiamente e através de cursos em instituições reconhecidas, como a Escola de Rendas de Vila do Conde, o Cindor e a extinta Direção Regional de Educação do Norte. Maioritariamente, já tinham experiências em áreas afins, como moda e *design*, e viram nos cursos uma oportunidade para aprimorar suas habilidades e explorar novas facetas das suas carreiras artísticas. A paixão pelas experiências de produção anteriores foi decisiva para a descoberta ou redescoberta das práticas artesanais. Por exemplo, indivíduos com experiência em *design* de moda infletem o seu interesse para práticas tradicionais como a joalheria de autor e a filigrana, não necessariamente pela ligação específica da arte com a sua terra natal, mas pela afinidade com os processos produtivos e pela percepção do potencial de expressão artística que estas práticas oferecem. Os professores dos cursos foram essenciais: eles evidenciaram a importância cultural dos artefactos e ensinaram as técnicas tradicionais, o que ajudou os alunos a

compreenderem a relação entre a tradição regional e a inovação nos produtos artesanais.

Outro aspeto interessante é a capacidade de alguns artesãos aprenderem enquanto ensinam. Esse fenómeno é particularmente evidente no caso de um artesão que, mesmo sem experiência prévia na produção específica, aceitou o desafio de ensinar técnicas tradicionais. O processo ajudou-o a aprimorar as suas habilidades técnicas e a fazer com que se destacasse nesse campo de produção. Esta abordagem inversa, onde a experiência de ensino precede a prática direta, ilustra uma característica única da aprendizagem prática no artesanato, sublinhando a interconexão entre transmitir e adquirir conhecimento técnico.

Como referido no Capítulo 2, a partir do século XVIII, a industrialização provocou uma migração maciça de trabalhadores das práticas artesanais para a produção em massa, em busca da eficiência e da escalabilidade que as fábricas prometiam. Este momento marcou uma depreciação das habilidades manuais tradicionais, à medida que a produção industrial passava a oferecer maior estabilidade económica e a responder à crescente demanda por produtos padronizados. No entanto, esta tendência está a inverter-se de maneira notável nas últimas décadas. Nos discursos de alguns entrevistados é evidente a perceção de uma valorização crescente do trabalho artesanal, configurando-se como uma reação contra a homogeneização e a impessoalidade da produção em massa. Ao contrário dos tempos em que os artesãos deixavam os seus ofícios para se juntar às linhas de montagem das fábricas, hoje, muitos profissionais fazem o caminho inverso, deixando empregos industriais para revitalizar práticas artesanais, normalmente relacionadas com as comunidades onde vivem. Observa-se, por exemplo, que alguns artesãos, com experiência de muitos anos em fábricas de cerâmica, mudaram o foco de trabalho e agora dedicam-se às técnicas tradicionais artesanais do figurado de Barcelos, um tipo de produção que é mais detalhado e personalizado e que permite uma expressão artística mais pessoal. Este fortalecimento do artesanato permite o resgate de técnicas e tradições que estavam em declínio e responde ao desejo crescente de produtos com significado cultural e uma pegada de produção mais ética e sustentável. Esta nova condição exige uma mudança

nas prioridades sociais e económicas, valorizando um consumo mais consciente e o trabalho que está conectado às tradições regionais.

Quanto às motivações dos entrevistados no subsetor do artesanato, constata-se que alguns artesãos deixaram as indústrias para buscar independência, em resposta a crises económicas e ao desemprego. Nota-se, portanto, que crises e mudanças no mercado podem ser detonadores significativos para o investimento em carreiras artesanais. A mudança de carreira também pode ter origem na necessidade de superar desafios pessoais, como a depressão. Nesses casos, o artesanato serve como um meio de expressão e terapia, e tem um importante papel na melhoria do bem-estar mental e emocional. A transição para o artesanato não só requer mudanças de técnica, mas também uma reorientação na maneira de pensar sobre o trabalho e o seu valor. Além de buscar novos meios de subsistência, os artesãos também querem encontrar novas formas de expressão que ecoem os seus valores pessoais e os da comunidade em que vivem.

Dentro do universo de informantes, existe um grupo significativo composto por autodidatas, que desenvolvem as suas habilidades manuais de forma independente. Estes artesãos valorizam a autonomia e a liberdade nas suas criações e orgulham-se da originalidade e do amadurecimento de seus trabalhos. Procuram integrar as tradições artesanais mais antigas nos seus processos de criação, o que, apesar de parecer contraditório, é fundamental para a inovação no campo do artesanato. Estes artesãos costumam recriar peças tradicionais com uma estética independente, inspirando-se nos mestres antigos da arte a que se dedicam, como explica Mina Gallos (figurado de Barcelos):

Eu sigo duas pessoas: Júlia Côta e Júlia Ramalho, porque são elas as rainhas do artesanato. Vou-me basear nessas pessoas, mas numa linha minha, tal como fazem todos os artesãos. Todos nós fazemos mochos, diabos, cabras, bichos, minhotas, mas cada um cria a sua própria linha.

Embora o artesanato seja a principal fonte de rendimento para a maioria dos entrevistados, há quem desenvolva a sua atividade como *hobby*. Este caso ilustra a possibilidade de manter um *hobby* como um negócio lucrativo que mantém a sua

relevância cultural e artística, sem que este seja a base da vida profissional do produtor. Por outro lado, nota-se também o caminho inverso: alguns artesãos converteram os seus *hobbies* em carreiras profissionais, marcando uma transição significativa no seu percurso, motivados por uma busca de satisfação pessoal, autonomia financeira e como resposta a crises pessoais. Este grupo revela a capacidade de transformar interesses pessoais em empreendimentos rentáveis, ajustando-se às exigências contemporâneas do mercado.

Outra tendência observável é o papel dos artesãos na formação e na transmissão de saberes. Alguns dos entrevistados dedicam-se regularmente à formação em artesanato e outros instruem diretamente os membros de suas equipas. Esta dimensão formativa reforça a sustentabilidade das práticas artesanais e faz com que esses profissionais desempenhem um papel vital na perpetuação de técnicas que, de outra forma, poderiam desaparecer.

Pode-se concluir que a análise das trajetórias profissionais dos artesãos entrevistados revela uma diversidade significativa de experiências e percursos individuais, que vão da aprendizagem precoce em contextos familiares até mudanças radicais de carreira e a exploração de novas oportunidades em tempos de crise. As motivações destes artesãos envolvem fatores internos, como a paixão pela arte, a responsabilidade cultural e regional, o desejo de preservar as tradições familiares e a superação de desafios pessoais. Estes fatores são complementados por motivações externas, tais como as necessidades económicas e as exigências do mercado, que embora nem sempre explicitamente mencionadas, são fundamentais para muitos artesãos. As suas inspirações frequentemente provêm de familiares, professores ou grandes mestres da arte tradicional. A capacidade de adaptação a circunstâncias variadas destaca-se como um dos pontos fundamentais observados. Esta adaptabilidade é essencial para os profissionais criativos num ambiente onde a inovação é altamente valorizada e as práticas sustentáveis ganham cada vez mais importância.

5.2. O processo de certificação

Verifica-se como tendência absoluta a adesão quase imediata dos entrevistados ao processo de certificação assim que se tornou disponível para os seus produtos, o que

indica um interesse inicial significativo pela certificação como forma de agregar valor e reconhecimento aos produtos artesanais. Há, contudo, gradações diversas de avaliação acerca da certificação. Para muitos dos entrevistados, a certificação é vista como um “selo de qualidade” que pode aumentar o reconhecimento e a valorização do trabalho artesanal. No entanto, surgem críticas relacionadas com a burocracia excessiva e o custo anual de manutenção do processo de certificação. Contrastando com estas preocupações, há críticas sobre a falta de uma fiscalização rigorosa, que permite que produtos de qualidade inferior sejam vendidos como certificados. Isso desvaloriza as etiquetas de certificação e prejudica os artesãos que cumprem corretamente as regras.

A complexidade deste sistema revela a necessidade de processos administrativos rigorosos para assegurar que os produtos cumpram elevados padrões, preservando tradições e garantindo o valor da etiqueta para os artesãos e para os consumidores. Teresa Costa, responsável pela A.Certifica, esclarece que a responsabilidade pela fiscalização cabe à Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), mas admite que podem existir falhas no processo que resultarão na certificação de produtos que não atendem às exigências, pois a fiscalização é realizada por amostragem. Para que esta situação não afete a credibilidade no sistema, seria benéfico explorar o aprimoramento da fiscalização com **inovações de processo**, talvez através do uso de tecnologias modernas, como sistemas digitais de rastreamento e plataformas de *feedback* em tempo real, ou simplesmente aumentando a transparência nos procedimentos. O objetivo é alcançar um equilíbrio melhor entre rigor e acessibilidade, garantindo que a burocracia necessária não se torne um obstáculo para os artesãos que procuram ou já possuem a certificação.

Quanto ao valor anual a pagar pelos artesãos para a manutenção da certificação, Teresa Costa faz notar que a maioria dos custos do processo é assegurada pelas entidades promotoras, ou seja, pelas Câmaras, Juntas de Freguesias ou associações de produtores, minimizando o encargo financeiro para os artesãos. Embora a taxa anual de 60 euros seja considerada simbólica pela entidade de certificação, é essencial reconhecer que, para alguns artesãos que operam em pequena escala com margens de lucro apertadas, num contexto em que cada euro pode contar, esse “valor simbólico”

possa ser significativo. Uma **inovação de estrutura** (organizacional), sugerida por alguns artesãos, seria a assunção integral dos custos, alegadamente baixos, pelas Câmaras e entidades promotoras, já que é frequente estas serem beneficiadas indiretamente pelo fortalecimento do trabalho artesanal certificado, através do aumento do turismo, da preservação da cultura local ou do fortalecimento da identidade comunitária. Estes benefícios indiretos podem traduzir-se em vantagens económicas a longo prazo para a comunidade, justificando, assim, o investimento no apoio aos artesãos. Essa ação aliviaria os artesãos de um fardo financeiro e incentivaria outros produtores a buscarem a certificação, ampliando o impacto positivo no artesanato tradicional local.

Observou-se que, como referido por um dos entrevistados, especificamente para os produtores de filigrana, o valor anual pago para a manutenção da certificação é bastante reduzido quando comparado com os seus lucros. No entanto, as limitações na realização de fiscalizações podem levar alguns produtores a aderirem à certificação para aplicarem indevidamente as etiquetas em peças industriais, no caso da ourivesaria, produzidas por injeção. A A.Certifica reconhece este problema e desenvolveu uma **inovação de processo** em parceria com a Constrataria, que inclui a criação de uma nova punção para as filigranas certificadas, para aumentar a segurança e a credibilidade do processo. Teresa Costa explica que o organismo de certificação precisa partir do pressuposto de estar a lidar com pessoas sérias. Sugere-se, contudo, o desenvolvimento de programas de educação e formação contínua com os artesãos sobre as consequências do uso indevido das etiquetas (**inovação de serviço**). Isto poderia ajudar a evitar práticas fraudulentas, aumentando a confiança dos consumidores e dos artesãos honestos que dependem da certificação para agregar valor aos seus produtos.

Embora a maioria dos entrevistados considere que o processo de certificação é simples, constatou-se, em algumas cidades visitadas, que há artesãos experientes que se poderiam candidatar, mas não o fazem por não perceberem os benefícios que o processo oferece ou por não saberem como se candidatar. Algumas **inovações no desenvolvimento de produto e de processo** poderiam incentivar mais artesãos a aderir à certificação. Poder-se-ia pensar, por exemplo, na criação de materiais informativos, impressos e *online*, que expliquem detalhadamente como se candidatar à certificação e

quais os benefícios associados; o estabelecimento de um programa de mentoria, com sessões de consultoria, *workshops* práticos e apoio contínuo, onde artesãos experientes possam auxiliar os novos candidatos; e o estabelecimento de parcerias com instituições educativas para integrar módulos sobre os produtos artesanais certificados nos seus currículos, para aumentar a consciencialização entre os jovens e educar futuros artesãos e parceiros criativos sobre a importância do processo. Outra inovação seria a implementação de um sistema de *feedback*, uma **inovação de envolvimento do cliente**, onde os artesãos pudessem expressar as suas dificuldades com o processo e receber suporte imediato, permitindo a identificação de aspetos que podem ser simplificados ou aprimorados.

Outra crítica frequente à certificação diz respeito à sua duvidosa eficácia na valorização do trabalho dos artesãos. Alguns entrevistados alegam que o seu trabalho não necessita de certificação para ter qualidade, enquanto outros mencionam que não notam maiores lucros por possuírem a certificação. Há ainda quem refira que as peças, com ou sem certificação, são vendidas por valores semelhantes. Embora o valor artístico e técnico do artesanato tradicional seja inerente, percebe-se que a certificação tem contribuído para elevar o valor de mercado de alguns produtos, como a camisola poveira, a junça de Beselga e os lenços de namorados. Esta elevação do valor deve ser vista como uma consequência desejada e não uma obrigatoriedade do processo.

Para alguns dos entrevistados, a certificação é percebida mais como uma formalidade do que como um fator de diferenciação no mercado. Neste caso, não é atribuído um benefício claro à certificação em termos de retorno financeiro direto, proteção de direitos autorais e aumento do reconhecimento. Essa percepção pode resultar da variação das expectativas em relação ao que a certificação pode efetivamente oferecer.

Apesar de a generalidade dos artesãos inicialmente mostrar interesse na certificação, observou-se que alguns começaram a questionar o seu valor ao notar que a qualidade dos produtos certificados nem sempre podia ser garantida, o que sugeria que a excelência dos trabalhos não depende da certificação. No entanto, reconhecem que, à medida que a certificação ganha notoriedade, se verifica um interesse crescente

dos clientes por produtos certificados. Isso pode influenciar positivamente a percepção dos artesãos sobre o processo. Celeste Ferreira, por exemplo, destaca que a certificação a ajudou a evidenciar a qualidade superior do seu trabalho: “a certificação valoriza o meu trabalho e é um dos fatores que ajudam a mostrar que ele é perfeito. A certificação serve para isso”. Neste caso, portanto, o certificado atua como uma prova tangível de excelência e reforça a confiança do artesão no valor do processo. A certificação deixa de ser uma mera formalidade para posicionar-se como um poderoso instrumento de validação.

Essas percepções e críticas dos artesãos podem ser entendidas à luz da teoria de L. Smith (2006), que mostra como o processo de certificação exemplifica a manutenção dos “discursos autorizados” e influencia a gestão do património cultural, afetando diretamente as vidas e as práticas dos artesãos. Este processo legitima práticas e técnicas, valoriza e hierarquiza produtos artesanais e pode empoderar ou marginalizar os produtores.

5.3. A tradição e a inovação

As entrevistas revelam grande respeito pela tradição e o reconhecimento da importância da inovação para manter a relevância no mercado do artesanato tradicional certificado de Portugal. No entanto, muitos entrevistados não compreendem plenamente como as suas ações se enquadram nas categorias teóricas de inovação. O nível de consciência sobre as inovações varia de uma abordagem intuitiva a uma estratégia deliberada, dependendo de vários fatores, como a experiência e o contexto operacional do artesão. Entre os participantes, é comum a percepção de que a inovação é essencial e, embora alguns tenham uma consciência clara das práticas inovadoras que adotam, outros podem não reconhecer formalmente as suas ações como inovações. Alguns artesãos mencionam o uso consciente de técnicas tradicionais para criar peças contemporâneas, com o objetivo de se diferenciarem no mercado. Outros inovam mais por necessidade ou adaptação a circunstâncias específicas. Reconhecem que o mercado para produtos mais tradicionais é limitado, o que sugere uma consciência prática de que a inovação é necessária para a viabilidade comercial. Há também artesãos que inovam sem uma consciência teórica ou estratégica completa. Um exemplo interessante é um

artesão mencionar a otimização do tempo como um aspecto prático, sem o reconhecer formalmente como uma inovação (**de processo**). Isso indica uma forma mais subconsciente de inovação focada na eficiência e na adaptação.

No artesanato tradicional, a inovação pode ser desestimulada por críticas de colegas ou de consumidores, como relatam alguns artesãos. No figurado de Barcelos, por exemplo, mudanças aparentemente simples, como o uso de certas cores, podem enfrentar resistência se percebidas como imitações de estilos tradicionais de outro artesão ou de uma região específica, como a cor verde característica das peças das Caldas da Rainha. Embora legalmente não haja restrições ao uso destes elementos comuns, o sentimento de propriedade cultural pode inibir a experimentação. Estas críticas refletem uma tensão entre a criatividade individual e as expectativas comunitárias, que pode limitar a expressão artística e a inovação.

Considerando, contudo, os dez tipos de inovação (Keeley et al., 2016), constata-se que os entrevistados têm superado os desafios e aplicado diversas estratégias de inovação. Alguns artesãos têm implementado a **inovação de modelo de lucro** ao produzirem peças variadas sem certificação, mas posicionarem o produto certificado como um elemento central, utilizando-o como vantagem competitiva no mercado. Esta abordagem valoriza o produto e fortalece a identidade de marca, diferenciando a sua oferta num mercado saturado. Há ainda os que atribuem nomes emocionais e conceituais às suas peças ou coleções, estabelecendo uma narrativa inicial. Isto permite que as suas obras sejam reinterpretadas pelos consumidores com base em experiências culturais e emoções próprias, comprovando a natureza dinâmica e socialmente construída do património cultural (Smith, 2006). A nomeação criativa das peças representa uma **inovação de desempenho de produto**, pois adiciona uma nova camada de significado que aumenta o valor percebido; uma **inovação de envolvimento do cliente**, por criar uma conexão mais profunda entre o consumidor e o produto; e uma **inovação na marca**, por vincular uma narrativa ou expressão emocional ao nome do artesão.

É essencial destacar algumas iniciativas notáveis no âmbito da inovação e aqui opto por mencionar diretamente os nomes dos artesãos, atendendo à originalidade e ao

impacto destas estratégias. No caso da **Aurora Handmade** (camisola poveira), as três irmãs que a constituem, ao partilharem as responsabilidades de gestão, desenvolvem uma **inovação na estrutura** organizacional. Isso permite-lhes uma gestão mais ágil e adaptativa, importante para negócios que dependem de flexibilidade para responder às mudanças do mercado e às necessidades dos clientes. Esta estrutura facilita a inovação contínua por combinar diferentes perspetivas e habilidades na tomada de decisões. Elas também adotam uma estratégia de produção partilhada, o que indica uma **inovação de processo**, que otimiza a produção e facilita a implementação de novas ideias e técnicas de forma mais rápida e integrada.

Celeste Ferreira (renda de bilros de Vila do Conde) diferencia-se no mercado ao inovar por via da conexão do artesanato tradicional com a moda contemporânea. Exemplifica a **inovação no desempenho dos produtos** ao adaptar técnicas tradicionais para criar itens que mantêm a beleza estética e oferecem um desempenho utilitário superior, como leques, chapéus e sapatos feitos com rendas de bilros.

Fernanda Novo (camisola poveira) destaca-se pelo contacto constante com os seus clientes durante a produção das peças, enviando fotos e detalhes do progresso do trabalho, o que configura uma **inovação de serviços**. Explica a artesã:

Para cada camisola que faço e cada encomenda que recebo, envio ao cliente o passo a passo do processo. Assim, o cliente evolui comigo à medida que a camisola é criada.

Esta estratégia também constitui uma **inovação de envolvimento do cliente**, pois proporciona uma experiência de participação personalizada que intensifica a fidelidade e a satisfação do cliente. Ao visualizarem como as suas escolhas de *design* e materiais se transformam em produtos únicos e ao acompanharem a complexidade da produção, os clientes desenvolvem uma conexão emocional maior com o produto e com a artesã. Isso aumentará a sua perceção do valor artístico e financeiro das peças.

Mina Gallos (figurado de Barcelos) distingue-se pela sua abordagem inovadora em múltiplas áreas. Utiliza as redes sociais não apenas para *marketing*, mas como canais de comunicação eficazes, onde partilha frequentemente o processo criativo e interage diretamente com os seguidores. Esta **inovação de canal** mantém o interesse e o

envolvimento dos clientes, criando uma expectativa constante. Mina desenvolve linhas de produtos diversificadas (**inovação de produto**), com preços, estilos e tamanhos variados que apelam para diferentes gostos e necessidades, contribuindo para a expansão do seu mercado potencial – uma **inovação de modelo de lucro**. Confrontada com o desafio de enviar peças frágeis pelo correio, Mina optou por entregas pessoais, transformando uma limitação logística numa **inovação de serviços** que adiciona um valor significativo à experiência de compra. Estas práticas – o contacto pessoal, a interatividade nas redes sociais e diversificação de produtos – constituem uma robusta **inovação de envolvimento do cliente** e fortalecem a lealdade e a conexão emocional com a marca.

Outra experiência interessante é a da ourives **Geny Seixas**, que desenvolveu uma marca pessoal distinta ao afastar-se dos tradicionais corações de Viana em filigrana para criar peças contemporâneas, utilizando as mesmas técnicas (**inovação de marca**). Com uma identidade única, integra materiais sustentáveis, como o couro de peixe, nas suas criações, aplicando uma **inovação de sistema de produtos** que adiciona valor de sustentabilidade à sua marca. Esta estratégia atrai clientes que valorizam a estética e a ética ambiental e enriquece o apelo de produtos tradicionais. Geny desenha todas as peças antes de as produzir e transforma os esboços em aquarelas personalizadas que acompanham o produto final, juntamente com embalagens feitas à mão (**inovação de processo**). Estes elementos criam uma experiência de arte completa, com a apresentação de uma história visual de criação do produto, representando uma **inovação de envolvimento do cliente**.

A **inovação de rede** é central no trabalho de **Arlindo Moura**. Conhecido pelas suas criações excecionais em filigrana, ele reconhece que “sozinho ninguém vai a lado nenhum” e valoriza muito a colaboração de outros profissionais com competências complementares. Esta abordagem otimiza o seu processo de produção e permite-lhe criar peças complexas e de grandes dimensões, que seriam impossíveis de realizar individualmente, como a ovelha bordaleira em filigrana, um projeto que representa bem a **inovação de produto** no trabalho de Arlindo. Para este trabalho, ele contou com a ajuda de um escultor para detalhar a anatomia da peça, de soldadores para realizar montagens

de grande escala e de quase todas as enchedeiras de Gondomar. A rede de colaborações que Arlindo estabelece resulta em obras de arte que desafiam as convenções da ourivesaria tradicional e fortalecem a comunidade criativa. Arlindo também demonstra uma capacidade notável para diversificar as suas fontes de rendimento, uma clara **inovação no modelo de lucro**. Capitaliza o seu conhecimento do subsector de ourivesaria, comprando e vendendo metais preciosos e ferramentas, e aproveitando as flutuações de mercado para obter lucro. Adicionalmente, Arlindo expande as suas operações com a aquisição de novas oficinas, ampliando o seu alcance comercial.

Nota-se, portanto, que os dez tipos de inovação têm sido adotados em recorrência no universo de informantes e que vários artesãos procuram oportunidades para reinventar o tradicional e atender às preferências atuais dos consumidores. Exemplos disso incluem ainda os trabalhos de **Alice Gordino**, que adapta o bordado de Castelo Branco a novos contextos e materiais como a cortiça; as criações de **Céu Salazar**, que utiliza novos pontos e adapta desenhos tradicionais para novas aplicações, como a integração da renda em peças de ourivesaria; a variedade temática que **Isabel Pires** trouxe para os bonecos de Estremoz; a capacidade que **Cristina Gomes** (camisola poveira) teve de monetizar um *hobby*, desenvolvendo um modelo de negócios flexível; o trabalho colaborativo que **Ricardo Fonseca** (bonecos de Estremoz) e **Isa Silva** (junco de Forjães) desenvolvem. No entanto, existe uma tensão entre a necessidade de inovar e as restrições impostas pela certificação para preservar os produtos e as técnicas tradicionais. Constata-se que já se inova bastante, mas por outro, há algumas limitações impostas pelas diretrizes rígidas dos cadernos de especificações desenvolvidos pelas entidades promotoras. Teresa Costa reconhece que esses cadernos fornecem diretrizes rígidas para evitar a descaracterização da produção artesanal e preservar a identidade cultural das peças, contudo, também apresentam possibilidades de inovação:

Os cadernos de especificações não são uniformes. Existem regras, mas sempre que necessário, há atualizações. Há também um capítulo nos cadernos que é importantíssimo: o da inovação. Isso garante que as produções nunca fiquem paradas no tempo, permitindo uma constante evolução na certificação e sempre a possibilidade de inovar.

A contraposição entre seguir as normas, manter a tradição e, ao mesmo tempo, inovar para manter a relevância no mercado é um desafio tanto para os artesãos quanto para o organismo de certificação. O desenvolvimento de diretrizes mais claras sobre como a inovação pode ser integrada sem comprometer os valores tradicionais poderia ajudar a reduzir incertezas e incentivar a revitalização contínua do artesanato tradicional. Além disso, cadernos de especificações mais flexíveis podem possibilitar uma maior liberdade criativa para os artesãos, evitando a rigidez e promovendo a inovação nas produções artesanais (Rêgo & Duarte, 2023, p. 119).

5.4. O mercado: comunicação, *marketing* e gestão

As práticas de comunicação, *marketing* e gestão adotadas pelos artesãos entrevistados são diversificadas. A promoção e venda de produtos ocorrem em lojas, ateliês, redes sociais, *sites*, *marketplaces*, feiras nacionais e regionais, através de encomendas de clientes fidelizados ou através de parcerias estratégicas com outras lojas e profissionais criativos. A maioria dos entrevistados destaca a importância dos canais digitais, especialmente o *Facebook* e o *Instagram*, como ferramentas essenciais de *marketing* e vendas, mesmo para aqueles que possuem lojas físicas. Para alguns, esse trabalho precisa ser desenvolvido por outro profissional para não ocupar o tempo do artesão, enquanto para outros é bastante simples realizar publicações e interagir com os clientes. Estes últimos dão muito valor à relação direta com os seus seguidores/potenciais clientes.

Alguns entrevistados mencionam a necessidade de um maior apoio de *marketing* por parte das entidades externas, como as Câmaras Municipais ou associações, na divulgação e na criação de espaços de comercialização para os produtos certificados. Teresa Costa, da A.Certifica, esclarece que não cabe ao organismo desenvolver estratégias de *marketing* direto, pois a sua função não inclui a comercialização de produtos. O foco da entidade estará nas ações de comunicação. Assumir uma responsabilidade mais ativa no *marketing* poderia levar a **inovações em rede**, onde cada entidade envolvida reconheceria os benefícios mútuos da comercialização e se comprometeria com um apoio efetivo e contínuo. Isto aumentaria a visibilidade e as vendas dos produtos artesanais e reforçaria o ecossistema local de artesanato

tradicional. Considerando que tanto as Câmaras como o organismo de certificação beneficiam diretamente da comercialização dos produtos artesanais – através da adesão, das taxas, da promoção turística, etc. – e influenciam as estratégias de *marketing* do subsetor, seria adequado assumirem responsabilidades claras nesse sentido, sem ultrapassar os limites de suas responsabilidades. Por outro lado, é importante ressaltar que muitas dessas entidades já realizam ações de *marketing*, como a participação em feiras, as campanhas digitais e os programas educacionais, embora classifiquem essas ações como de “comunicação”, provavelmente para limitar expectativas e preservar a imagem institucional de neutralidade e imparcialidade. O equilíbrio entre a formação, a promoção da certificação e o apoio direto às vendas de forma transparente e estratégica parece ser a inovação mais necessária para o subsetor.

5.4.1. Público-alvo

A análise das entrevistas revela uma grande diversidade no público que compra artesanato tradicional, que vai desde jovens estudantes a colecionadores mais velhos, abrangendo ambos os sexos e uma diversidade de condições económicas. Esta variedade de clientes exige que os artesãos ajustem as suas estratégias de *marketing* e desenvolvimento de produtos para satisfazer um amplo leque de preferências e necessidades. Surge evidente que alguns artesãos adaptam a sua oferta para atingir diferentes segmentos de mercado, mostrando uma preocupação com a satisfação dos clientes e a acessibilidade ao procurarem atrair uma clientela variada, o que lhes permite manter uma base de clientes leal e diversificada.

A maioria dos entrevistados deteta um aumento de interesse dos jovens pelas tradições artesanais, embora note que esta faixa etária valoriza menos estas práticas do que as gerações anteriores. Esta aparente contradição pode ser explicada pela distinção entre a curiosidade superficial – impulsionada por tendências culturais, como a valorização do “feito à mão” ou pela crescente consciencialização sobre a importância de preservação de práticas tradicionais – e um compromisso profundo ou uma valorização que impacte significativamente no seu comportamento de compra ou participação em atividades artesanais. Em particular, os colecionadores são destacados como segmento de público muito importante, pois valorizam o artesanato tradicional a

um nível mais intenso do que o consumidor médio. Estes clientes estão dispostos a investir mais em peças consideradas excepcionais ou raras e tendem a estabelecer relações duradouras com os artesãos. No entanto, são exigentes e esperam elevados padrões de qualidade. Compreender as suas motivações, interesses e as expectativas individuais pode ser fundamental para fidelizar este tipo de cliente.

Além disso, os artesãos entrevistados percebem que os seus clientes valorizam as histórias e os significados culturais associados aos produtos. Isto sugere que a narrativa e o contexto em que o artesanato tradicional é apresentado podem ser tão importantes quanto a própria peça. Entre as estratégias inovadoras adotadas pelos entrevistados destacam-se o *storytelling*, que relata o processo de criação, a origem de materiais e os simbolismos culturais das peças; a personalização e cocriação, que permitem aos clientes escolher materiais e participar ativamente da produção; as experiências imersivas, como as visitas aos ateliês e os *workshops*; as embalagens temáticas com informações sobre as peças; e as edições limitadas e coleções temáticas que exploram aspetos da cultura e história local.

5.4.2. Precificação

Diversas estratégias de precificação estão a ser adotadas no subsetor artesanal, variando desde a simples contabilização das horas de trabalho e dos custos de produção até ajustes baseados na perceção de valor e nas procuras do mercado. Como o trabalho artesanal pode exigir diferentes quantidades de horas, esforço, técnicas, materiais e habilidades das estimadas inicialmente, o custo final pode variar significativamente. Uma prática interessante relatada nas entrevistas é a adoção de uma **inovação de processo**, que consiste na apresentação aos clientes de uma faixa de preço flexível, que permite ajustes de acordo com a complexidade de cada peça. Esta solução pode ser útil para artesãos que frequentemente subavaliavam os custos e o tempo de trabalho. Alice Gordino (Bordado de Castelo Branco) explica:

Quando não sei muito bem o tempo que aquele trabalho me vai levar, eu ponho um valor variável, de x a y. Portanto, não faço um preço fixo. É a melhor maneira de eu não perder dinheiro nem cobrar a mais.

Outra abordagem interessante é a que destaca a importância do valor intangível e da tradição familiar como fatores de precificação. Elementos como a história, a reputação ou a certificação agregam um valor significativo aos produtos, diferenciando-os dos itens produzidos em massa e aumentando a sua valorização no mercado. Embora vários artesãos reconheçam a importância desses elementos, deparam-se com dificuldades em quantificar o valor das dimensões intangíveis ou optam por desconsiderar esse requisito ao notarem que o seu público-alvo se concentra mais na beleza ou funcionalidade do que nos aspetos culturais e históricos. A eficácia na comunicação desses valores, através de estratégias adequadas de *marketing* e *storytelling* – ou seja **inovações no sistema do produto** e no **envolvimento do cliente** –, é fundamental para justificar preços mais elevados e garantir uma melhor apreciação do verdadeiro valor dos produtos artesanais.

5.4.3. Percepção sobre a concorrência

A análise das dinâmicas competitivas no mercado artesanal certificado a partir das entrevistas revela que há uma mudança na intensidade da competição ao longo do tempo. Regista-se uma percepção mínima de concorrência em alguns segmentos artesanais, devido ao número decrescente de produtores qualificados. Por outro lado, é referida uma competição intensa e, às vezes, desleal em outros segmentos, frequentemente atribuída ao não cumprimento das normas de certificação ou à presença de cópias no mercado. Observa-se uma divisão de opinião entre os artesãos: enquanto alguns veem a concorrência como uma oportunidade para a cooperação e o crescimento mútuo, outros sentem que a luta por clientes e pelas autorias das ideias pode gerar isolamento e desconfiança no subsector. É referido como sendo comum, no passado, alguns clientes priorizarem o preço em detrimento da qualidade; contudo, esta tendência tem mudado à medida que aumenta a valorização do trabalho artesanal, com os consumidores a procurarem atributos como a inovação e qualidade superior nos produtos que adquirem. A certificação representa um diferencial no mercado artesanal, proporcionando a alguns artesãos meios para assegurar a qualidade e a confiabilidade do seu trabalho, além de combater a concorrência desleal. No entanto, existem relatos de que alguns artesãos fazem alegações falsas de possuir a certificação ou a utilizam

para vender produtos que não atendem aos padrões exigidos, o que tem gerado desconfiança entre consumidores e colegas artesãos.

Embora a certificação ofereça vantagens competitivas, também pode restringir a criatividade e a diversidade de produtos, favorecendo os artesãos não certificados que têm maior liberdade para se adaptar às demandas do mercado e explorar inovações, sem estarem sujeitos a regras estritas. No entanto, observa-se que a falta de certificação traz desvantagens, como a ausência de um “selo de qualidade”. Além disso, a certificação impede que artesãos não certificados e fora da denominação de origem (DO) utilizem os nomes dos produtos. Por exemplo, os Bonecos de Estremoz só podem ser comercializados sob esse nome por artesãos certificados, embora seja lícito vendê-los como “figurado de Estremoz” por qualquer um. Teresa Costa reconhece esta limitação como parte do processo evolutivo da certificação.

As cópias não autorizadas e os plágios dos trabalhos são considerados fatores desestimulantes para os artesãos. Para proteger as suas criações, alguns dos entrevistados adotam um comportamento mais cauteloso nas redes sociais, evitando expor detalhes das suas obras. Teresa Costa explica que as cópias são comuns, por exemplo, no Figurado de Barcelos, onde assinaturas de artesãs históricas são reproduzidas:

Infelizmente, é fácil de reproduzir. Já encontramos, nos nomes históricos de Rosa Ramalho ou de Júlia Ramalho, pessoas a reproduzirem o JR e o RR, como se fossem elas a fazerem, e não são. A etiqueta da certificação nunca é copiável. As peças têm uma etiqueta, com determinado número e nome, sendo, portanto, muito mais fácil de rastrear.

Além disso, como já visto no Capítulo 3, mecanismos como IGs e DOs são importantes para a proteção dessas criações, pois vinculam as suas características e qualidade à região de origem, o que ajuda a combater a falsificação e a utilização indevida dos nomes tradicionais.

Entre os entrevistados, há a tendência de acreditar na inovação como um meio de se destacar da concorrência e evitar a estagnação no mercado artesanal. Na prática, a natureza única de alguns trabalhos artesanais facilita a sua aceitação em feiras e

mercados, justifica preços *premium* e atrai a atenção de parceiros e clientes variados, desde lojas especializadas em produtos locais e artesanais, até colecionadores interessados em itens exclusivos e mais caros. A inovação, portanto, cria um valor agregado que contribui para criar identidades únicas que distinguem claramente os artesãos criativos dos seus concorrentes.

5.4.4. Parcerias

As experiências relatadas no campo do artesanato tradicional demonstram que, apesar dos desafios e resistências, as colaborações representam oportunidades valiosas para criar novas aplicações para técnicas tradicionais, expandir mercados, alcançar o sucesso comercial, enriquecer o trabalho artístico e promover a **inovação em rede**. As parcerias surgem como essenciais para artesãos que desejam diversificar os seus produtos e atingir novos públicos, adotando abordagens mais abertas e colaborativas no setor criativo. Muitos dos entrevistados têm estabelecido numerosas parcerias, envolvendo-se com outros profissionais criativos em suas produções ou desenvolvendo projetos multidisciplinares que aplicam as artes tradicionais artesanais em contextos contemporâneos. Estes projetos podem variar desde o *design* de moda e de interiores até ao cinema e às interações com académicos que reinterpretem as suas obras. Para os artesãos envolvidos, as parcerias acrescentam um valor significativo aos seus trabalhos, expandindo o público-alvo e revitalizando a sua arte. Por outro lado, há artesãos que relatam dificuldades em formar parcerias com outras lojas ou com colegas de trabalho. Este é um problema recorrente na comunidade criativa, onde muitos profissionais receiam que a colaboração e a partilha de créditos possam diluir a identidade artística e os benefícios comerciais ou publicitários dos respetivos projetos.

A colaboração entre artesãos do mesmo nicho de produção é considerada imprópria ou indesejada por alguns dos entrevistados. No entanto, como foi possível observar na pesquisa de campo, muitos artesãos trabalham de forma colaborativa, partilhando responsabilidades com familiares ou outros artesãos qualificados. Há também casos em que um artesão emprega outros como assalariados para trabalhar sob a sua direção, como é muito comum, por exemplo, com a produção de filigranas. E há ainda unidades produtivas que certificam produtos feitos por artesãos não

certificados. Este tipo de trabalho coletivo pode suscitar dúvidas quanto à titularidade dos direitos de *design*, já que apenas um profissional é considerado o autor da obra. Por isso, é importante estabelecer acordos claros entre os artesãos ou desenvolver um sistema justo e transparente para a atribuição de direitos sobre os produtos e suas etapas de produção. Esta possível lacuna nos critérios de certificação poderia ser resolvida com uma proposta de inovação: adaptar a certificação à produção colaborativa, que já é uma realidade no meio artesanal. Isso poderia incluir novas categorias de certificação que, a partir da documentação detalhada de cada etapa do processo de produção, validassem explicitamente a colaboração. A validação de produções colaborativas fortaleceria uma rede de artesãos que poderia unir forças para combinar habilidades, técnicas e ideias. A ideia que aqui se propõe potencializa a inovação, pois permite que os artesãos desenvolvam produtos que seriam inviáveis individualmente. Para a A.Certifica, isso representaria uma **inovação no modelo de lucro, processo, desempenho de produto, sistema de produto e envolvimento do cliente**, além de ser uma inovação muito importante no modelo de negócios. A certificação dos trabalhos colaborativos formalizaria a importância das redes e legitimaria essa prática no subsetor artesanal. Além disso, institucionalizaria formas de capital cultural que podem permanecer informais ou menos valorizadas (Bourdieu, 1986). Esta abordagem inovadora reforçaria a posição dos artesãos no mercado e contribuiria para a formulação de políticas culturais e económicas que apoiam a inovação e a sustentabilidade do artesanato, promovendo uma compreensão profunda da interdependência entre inovação, colaboração e cultura numa economia globalizada que valoriza a origem cultural dos produtos.

Embora a A.Certifica não busque ativamente formar parcerias, reconhece a sua importância e diz que atua de forma a facilitar as colaborações existentes. Teresa Costa destaca a parceria com o *Grupo Valor do Tempo*, proprietário da *Joalheria do Carmo* e da *Loja do Figurado de Barcelos*, as únicas em Portugal dedicadas exclusivamente à venda de produtos certificados. Explica que a iniciativa de formar esta parceria partiu do *Grupo* e superou todas as expectativas por valorizar muito os artesãos e por desenvolver estratégias de *marketing* eficazes. Este exemplo demonstra que o

organismo de certificação apoia **inovações de canal e de envolvimento do cliente**, pela criação de meios diferenciados de entregar produtos e serviços ao cliente, e **inovações de marca**, pela associação dos produtos a padrões elevados de produção e qualidade e pela criação de um nicho de mercado para consumidores que valorizam a origem e a fabricação dos itens que adquirem. É compreendido que estas iniciativas aumentam a reputação e a confiabilidade do próprio organismo.

A iniciativa do *Grupo Valor do Tempo* representa também uma **inovação de modelo de lucro**. Tradicionalmente, o mercado de artesanato é fragmentado e varia em termos de qualidade, mas o *Grupo*, ao criar lojas que vendem exclusivamente produtos certificados, elevou o padrão de qualidade no mercado artesanal. O modelo inclui parcerias estratégicas com municípios e outros grupos, que fortalecem o turismo e a cultura regional. O *Grupo* tem redefinido e atualizado o artesanato, promovendo-o como uma expressão cultural essencial. As suas lojas foram transformadas em “centros culturais” que educam o público e as suas redes sociais partilham as histórias dos artesãos.

A A.Certifica incentiva que as parcerias sejam iniciadas e geridas pelos próprios artesãos, o que evidencia o reconhecimento da importância da autonomia e da iniciativa individual. Embora o organismo admita a falta de recursos para apoiar de modo mais proactivo os artesãos, sublinha-se que reconsiderar essa postura seria estrategicamente vantajoso.

5.5. As políticas culturais

No Capítulo 2, explorou-se como as políticas culturais voltadas para o artesanato em Portugal têm progressivamente redirecionado o foco da preservação cultural para a promoção do desenvolvimento económico. Ao cruzar essa discussão teórica com os relatos dos artesãos e do organismo de certificação, sobressai a tensão entre a valorização do capital cultural institucionalizado e as formas incorporada e objetivada do capital cultural (Bourdieu, 1986). Alguns relatos destacam a preocupação com os sistemas de formação e de certificação do artesanato, que, ao conferirem um reconhecimento formal (capital cultural institucionalizado), podem não valorizar adequadamente o conhecimento pessoal e as habilidades desenvolvidas ao longo da

vida (capital cultural incorporado). Há críticas relacionadas com o facto de alguns artesãos serem certificados sem possuírem conhecimento e experiência adequados e lamentos sobre a falta de exigência de formação para os candidatos à certificação. Essas situações podem levar à diluição de diversas técnicas artesanais e à perda de conhecimentos técnicos importantes.

Cristina Gomes (camisola poveira) propõe que os cursos de formação para produtos artesanais certificados sejam ministrados exclusivamente por formadores certificados, o que reforçaria a legitimidade e a qualidade da transmissão do conhecimento artesanal. Esta sugestão pode valorizar o capital cultural incorporado e introduzir **inovações no processo**, ao modificar a maneira como o conhecimento é transmitido, e **no desempenho de produto**, por melhorar a qualidade do ensino educacional, com implicações potenciais no modelo de negócios das instituições formadoras.

Uma outra questão emergente das entrevistas é o facto de os cursos de formação relacionados com produtos certificados serem frequentemente acessíveis a pessoas que residem fora da região de produção tradicional (fora da Denominação de Origem do produto). Esta abertura é tida como podendo aumentar o risco de produção indevida. Focar na sensibilização e na capacitação dos residentes locais promove **inovações no processo**, que contribuem para a revitalização dos significados culturais dos produtos, o reforço da economia local e a preservação da identidade cultural. Um modelo de negócios que se baseia principalmente na comunidade e nos produtos locais e sustentáveis pode abrir caminho para o desenvolvimento de nichos de mercado focados em artefactos que transmitem relevância cultural e responsabilidade ética. O desafio de equilibrar a proteção dos valores culturais com a inclusão de pessoas externas à região – que poderiam oferecer novas ressignificações ao património –, pode ser atenuado através da organização de pequenos *workshops* focados na produção de criações simplificadas, relacionadas com o produto original. Estes cursos permitiriam a participação externa e estimulariam uma visão respeitosa e informada sobre o património.

Um problema comum no artesanato tradicional é a dificuldade de comercialização, especialmente para aqueles que não possuem lojas físicas. Uma das sugestões

apresentadas pelos artesãos para resolver essa questão é a criação de espaços coletivos, pelas Câmaras Municipais, onde todos pudessem vender os seus produtos, aumentar a visibilidade do seu trabalho e concorrer de forma saudável. Embora muitas pessoas argumentem que a comercialização não deve ser uma responsabilidade do Estado, quando este se envolve na regulação e na certificação dos produtos artesanais é razoável que também contribua para a sustentação e comercialização das peças, o que beneficia diretamente a economia local e o turismo. Políticas de apoio ao capital cultural incorporado podem incluir a isenção de taxas para novos negócios artesanais nos primeiros anos (**inovação em modelo de lucro**); incentivos fiscais para quem compra produtos artesanais tradicionais (**inovação em estrutura**); desenvolvimento de rotas turísticas que incluam as oficinas e mercados de artesanato (**inovação em marca e em envolvimento do cliente**); e a criação de centros culturais de excelência para a inovação, o artesanato tradicional e a interação intergeracional, que divulgariam os trabalhos, estimulariam uma rede colaborativa de vendas e ampliariam o alcance do artesanato local (**inovação em rede**). Estes *hubs* criativos que aqui se propõe serviriam para rejuvenescer e preservar as práticas culturais, funcionando como espaços de ensino, aprendizagem e apreciação cultural, onde os artesãos poderiam realizar projetos colaborativos, desenvolver exposições conjuntas, integrar serviços de *marketing* e vendas, demonstrar as suas técnicas e transmitir os valores, as histórias e as tradições associados aos seus ofícios.

Embora vários municípios desenvolvam políticas de incentivo à produção artesanal certificada, como a realização de feiras, exposições externas, desenvolvimento de cursos, ações comemorativas ou a manutenção de centros interpretativos, quase todos os entrevistados dizem sentir falta de maior apoio institucional e de incentivos, afirmando que recebem um apoio muito limitado para a divulgação dos seus produtos. Além disso, Teresa Costa, da A.Certifica, explica que o maior desafio da organização de certificação e dos artesãos interessados em ingressar no processo é a falta de interesse de alguns municípios e associações locais pelos processos de certificação dos produtos culturais, dado que apenas estas entidades podem ser detentoras de marcas. Este cenário indicia uma subvalorização da comunidade de artesãos e uma desconexão entre

as políticas institucionais e as necessidades locais, mostrando que muitas práticas culturais estão a ser negligenciadas. O envolvimento mais democrático e inclusivo na formulação de políticas patrimoniais, tal como defende L. Smith (2006), é essencial neste contexto.

Os entrevistados sublinham o impacto direto das políticas culturais e económicas na perceção e valorização do artesanato. Teresa Costa, da A.Certifica, critica especificamente as políticas locais de promoção de “feiras de artesanato” que, ao incluírem todo o tipo de “manualidades”, ou seja, tudo o que é feito à mão, confundem o público e diminuem a apreciação do verdadeiro artesanato, que requer habilidades especializadas e uma transformação substancial da matéria-prima. Esta ambiguidade terminológica enfraquece o reconhecimento do valor artístico e da importância cultural dos artesãos. Além disso, a artesã Céu Salazar ressalta a diferença na forma como os artesãos são percebidos em Portugal comparativamente ao estrangeiro. Enquanto, em diversos países, os artesãos são designados como “artistas”, em Portugal prevalece o termo “artesão”, que pode carregar conotações de menor valor cultural. Esta distinção vai além do aspeto semântico e reflete uma desvalorização profunda do artesanato, muitas vezes considerado “o parente pobre da arte”, uma análise que não é possível desenvolver aqui. A estrutura de gestão do artesanato em Portugal, como já explicado no Capítulo 2, parece contribuir para este problema. A gestão do artesanato por órgãos focados no desenvolvimento económico limita a sua visibilidade como património cultural e reforça a perceção de que é uma atividade primariamente comercial e de menor valor artístico. Para mudar esta realidade, é essencial que o artesanato seja reconhecido pelo Estado como expressão vital da cultura portuguesa. Isto requer uma revisão das políticas e da estrutura de gestão, com a participação ativa dos artesãos e das comunidades locais neste processo (Smith, 2006).

5.6. As relações com a comunidade

As entrevistas e a observação participante revelam que a interação entre o artesanato tradicional, as identidades culturais, a educação e a economia é complexa e enfrenta desafios como a perceção de apropriação cultural, a falta de um mercado estruturado e a necessidade de valorizar continuamente o trabalho artesanal.

Foram proferidas críticas contra a apropriação dos nomes das artes artesanais, por parte das autoridades locais – chamados por L. Smith (2006) de “especialistas do património” –, as quais por tradição “pertenciam ao povo”. A regulamentação, que exige a certificação para a venda de produtos com os nomes tradicionais, pode transformar práticas culturais comunitárias em mercadorias regulamentadas, motivadas por uma nova lógica de conversão do capital cultural incorporado em institucionalizado (Bourdieu, 1986). Estas observações sobre a utilização restritiva dos nomes comprovam como o DAP pode controlar o uso do património, enquanto potencialmente desvaloriza a prática livre da comunidade, que, por tradição, detém esses saberes. Embora a regulamentação e a certificação possam proteger e valorizar as tradições, elas também podem criar barreiras económicas e culturais que dificultam a atividade dos praticantes tradicionais. Tais barreiras podem limitar a capacidade de novos e antigos artesãos de participar no mercado, em especial aqueles que não são certificados. É paradoxal que um artesão que tenha dedicado a vida inteira ao trabalho com um tipo de arte tenha de ter a certificação para poder utilizar os nomes oficiais dos produtos. A exclusão de mestres tradicionais não certificados do mercado pode levar à erosão do conhecimento tradicional, já que esses profissionais muitas vezes são detentores de técnicas e saberes que constituem o núcleo da tradição cultural que se pretende proteger. Além disso, essa exclusão também impacta as comunidades que se identificam culturalmente com esses produtos e pode também limitar a diversidade de produtos disponíveis no mercado.

A certificação cria, então, uma divisão evidente entre artesãos certificados e não certificados, comentada em quase todas as entrevistas – inclusive com o organismo de certificação. Esta diferenciação pode provocar sentimentos de exclusão e desmotivação nos artesãos não certificados, que se veem privados de reconhecimento e oportunidades. Isto é contraproducente, pois o organismo de certificação deveria atrair esses produtores, bem como apoiar e valorizar todos os artesãos, para promover a preservação e a valorização das práticas culturais. Além disso, a diferenciação cria uma divisão artificial dentro da comunidade artesanal, onde a colaboração e a partilha de conhecimentos são essenciais para a vitalidade cultural. Estratégias inovadoras de comunicação e *marketing* incluem uma comunicação inclusiva, que não considere o

estatuto de certificação; a promoção de histórias de sucesso relacionadas com a certificação (**inovação de envolvimento do cliente**); e ações de *marketing* educacional (**inovação de canal**), que podem demonstrar à comunidade as vantagens da certificação, em vez de a potenciar como uma ferramenta de diferenciação de mercado.

É genericamente reconhecido que a certificação tem levado a uma maior valorização financeira dos produtos artesanais e ao reconhecimento dentro das comunidades locais. Teresa Costa destaca a presença de todas as artes tradicionais artesanais certificadas na Feira Internacional do Artesanato (FIA), a venda de produtos em lojas especializadas ou espaços locais, e o crescente reconhecimento, pelas comunidades, da importância cultural desses artefactos.

Alguns entrevistados observaram que o valor atribuído ao trabalho artesanal corresponde a uma tendência de moda. Outros defenderam que o aumento de participação nos cursos de formação em artes tradicionais é um indicativo do interesse crescente pelo artesanato tradicional local. Um exemplo emblemático dessa valorização é a camisola poveira, que transcendeu a sua função utilitária para se tornar um símbolo da identidade cultural da Póvoa de Varzim, como relata Cristina Gomes (camisola poveira):

Hoje em dia, por exemplo, é comum ver pessoas a assistir a um jogo do Varzim com a camisola poveira, especialmente no inverno. No dia 8 de dezembro, celebra-se o Dia da Camisola Poveira, coincidindo com o Dia da Imaculada Conceição, padroeira da Póvoa de Varzim. O município instituiu esta data como uma homenagem à camisola poveira e realmente é um orgulho para nós, artesãs, fazer parte dessas iniciativas!

Ao citar a integração da tradição da filigrana com a cidade de Ovar, atraindo turistas e redefinindo a identidade local, Geny Seixas (filigrana) exemplifica as práticas culturais podem ser adaptadas por uma comunidade, mesmo quando não são originárias daquela localidade específica.

Começa a fazer parte da tradição. Além disso, estou aqui no centro. Temos o roteiro, os passeios das guias turísticas que visitam as ruas do azulejo. Com marcação prévia, podem terminar a visita aqui, vendo e fazendo um azulejo em filigrana. O turista

aprecia muito estas atividades relacionadas com o azulejo e o trabalho ao vivo. (...)

A tradição de Portugal também é uma tradição presente aqui em Ovar.

Este foi um processo de “invenção da tradição” (Hobsbawm & Ranger, 1997). A prática da filigrana foi introduzida num novo contexto, com simbolismos locais e, através da adoção orgânica e adaptação pela comunidade local, tornou-se gradualmente parte da cultura local. Esse fenômeno pode ser descrito como uma ressignificação cultural.

A crescente valorização do artesanato serve também como um estímulo para novos aprendizes e para a criação de cursos de artes tradicionais. Teresa Costa menciona que, na área da filigrana, diversos jovens fazem cursos especializados para seguir este ofício ou outros relacionados com a joalheria, por perceberem que é uma carreira viável, digna e sustentável, com grande valor para as suas comunidades. Muitos entrevistados reconhecem a necessidade de transmitir os seus conhecimentos, como uma forma de fortalecer os vínculos comunitários e inspirar novas gerações. Essa transmissão pode ocorrer no contexto da produção artesanal, envolvendo a família, os amigos ou a comunidade, bem como através de iniciativas educativas, como *workshops* em infantários e escolas, ou em ateliês, que visam integrar os jovens na cultura artesanal. Também é comum que os artesãos utilizem as feiras como espaços para educar o público sobre as suas técnicas e a importância do artesanato tradicional. Fernanda Novo defende a integração das artes artesanais nos currículos escolares para aumentar a conexão dos jovens com as práticas tradicionais:

Antigamente, havia trabalhos manuais na escola e hoje não há. E por que não começar por aí? E levar às escolas? (...) Temos de transmitir os nossos conhecimentos, senão isto acaba. São os nossos jovens que vão continuar o nosso trabalho.

Esta proposta de **inovação no desenvolvimento de produto, processo e envolvimento dos clientes** — neste caso, os estudantes e a comunidade escolar — visa preservar a herança cultural e criar conexões intergeracionais. Além disso, tais programas podem ser fundamentais para o desenvolvimento de habilidades sociais e criativas nos jovens, preparando-os para valorizar e talvez seguir carreiras nas artes tradicionais artesanais.

5.7. Visões sobre o futuro

As perspetivas do universo de informantes revelam preocupações com a perda das tradições, a falta de apoio institucional e a desvalorização profissional. Simultaneamente, há esperança na transmissão de conhecimento às novas gerações e na inclusão de práticas inovadoras no subsetor. Alguns artesãos estão preocupados com a sustentabilidade do artesanato tradicional, em particular em segmentos como os bordados de Castelo Branco, devido às dificuldades de produção e comercialização que podem ser desmotivadoras para os jovens. Alice Gordino lamenta:

Acho que isto tende a acabar. Eu, que faço bordados a minha vida toda, não vejo uma jovem a passar um dia inteiro de cabeça baixa para um bastidor. Isto já é caro e tem fama de ser caro. Quanto menos horas se trabalha, mais caro fica. O mais difícil é vender. Portanto, não vejo que isto tenha grande futuro.

Em contrapartida, há também quem reconheça um envolvimento crescente de muitos jovens no artesanato tradicional, apesar de alguns dos entrevistados observarem que a profissão não é atrativa para a maioria. Céu Salazar ressalta que o potencial dos jovens de outras áreas da IC pode fazer com que se destaquem mais do que os atuais artesãos: “Agora, há jovens que estudam em cursos de *design* e fazem peças de artesanato, inventando novas coisas. Talvez venham a ser os futuros ‘artistas’”.

A inclusão de novos atores criativos, aliada ao reconhecimento das suas capacidades de inovação, pode funcionar como uma “reautorização” do património cultural (Smith, 2006), desde que os artesãos tradicionais também sejam valorizados e reintegrados. Uma reforma nas estruturas existentes poderá preservar, enriquecer e incentivar reinterpretações para o património cultural, de forma inclusiva e sustentável.

A maioria dos entrevistados contempla um futuro promissor para o artesanato tradicional, embora alguns reconheçam a necessidade de maior valorização artística e de reconhecimento profissional. Foi enfatizada a importância do aumento do investimento estatal e municipal na promoção do artesanato. Em suma, acredita-se que o sucesso e a sustentabilidade do subsetor dependem muito de uma rede ampla que inclua consumidores, educadores, investidores e políticos. Teresa Costa, da A.Certifica, sugere igualmente que o futuro do artesanato depende de estruturas de apoio que

valorizem o trabalho artesanal. Observa que há um aumento do reconhecimento do artesanato e destaca o potencial disso para ampliar a sua visibilidade nacional e internacionalmente. A A.Certifica está num processo de expansão geográfica, que incluirá as Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, e esforça-se para abranger uma maior diversidade de produtos e regiões.

Ainda que a quantidade de produtos certificados aumente, torna-se evidente uma tendência de maior valorização da exclusividade, que tende a elevar o valor do artesanato tradicional. O artesão Arlindo Moura oferece uma perspetiva interessante sobre a mudança na valorização do trabalho manual:

O artesanato do futuro vai ser uma profissão de luxo. Os *handmades*, as peças que precisam de tempo para serem feitas, são o que a sociedade está a valorizar. Antigamente, na época do meu pai, dávamos valor ao que era digital, ao que se fazia com o simples pressionar de um botão. Isso era admirável. Hoje em dia, a reação é diferente: “Fazes isso com as mãos?” “Sim, faço.” “Impressionante!” O que é feito com as mãos? O artesanato. Na minha opinião, o artesanato será a profissão de luxo do futuro.

A valorização de produtos que exigem habilidade, tempo e um toque pessoal reflete uma apreciação crescente pelo património cultural dinâmico e vivo, que engloba práticas que respondem às necessidades contemporâneas (Smith, 2006). Este olhar sobre o futuro do artesanato pode inspirar artesãos e *stakeholders* a desenvolverem estratégias que reinterpretem e valorizem o trabalho artesanal tradicional com inovação.

Capítulo 6. Da ideia ao projeto da plataforma: uma proposta

6.1. O conceito

O conceito operativo de plataforma digital abrange, na aceção aqui entendida, qualquer tipo de *website* ou portal, funcionando como instrumento mediador da infocomunicação humana e social, através do suporte tecnológico (Passarelli, 2014, p. 116). É nessa perspetiva que a entendemos como um espaço dinâmico de inscrição e de comunicação da informação humana e social, apresentando, neste caso, uma proposta ao serviço da produção e do conhecimento artesanal, que pode constituir um potencial primeiro passo para a criação de *hubs* criativos (espaços físicos partilhados).

A plataforma digital **OCRI - Olhares Criativos** (www.ocri.pt) é uma manifestação tangível da investigação realizada. Desenhada como uma galeria virtual interativa, tem como **objetivo geral** promover, através da comunicação, a interação dinâmica entre a tradição e a inovação no âmbito das Indústrias Criativas, com o foco no artesanato tradicional certificado, destacando a relevância e a diversidade do património cultural português. A **OCRI** apresenta e valoriza os produtores e incentiva a reinterpretação e valorização do artesanato através da lente do domínio das Indústrias Criativas. Esta proposta foi moldada pela compreensão das necessidades e desafios identificados, especialmente através das entrevistas e observação participante, conduzidas no decurso desta investigação.

Adicionalmente, a plataforma servirá como uma galeria virtual interativa e um repositório de informação sobre o artesanato tradicional português, os seus produtores e suas inovações. As recriações contemporâneas de profissionais das Indústrias Criativas, inspiradas no artesanato tradicional certificado, serão apresentadas e, juntamente com as histórias e os contextos dos produtos artesanais tradicionais, enriquecerão o conteúdo da plataforma. As narrativas não são estáticas; elas evoluem à medida que novos olhares criativos trazem novas camadas de significado ao artesanato tradicional, o que faz com que esta plataforma possa ser um espaço dinâmico para a aprendizagem, a apreciação e a interação. Aspira-se que a **OCRI** seja um catalisador para a sustentabilidade cultural e económica das comunidades de artesãos e um modelo inspirador para outras iniciativas nas ICs.

A **visão** desta plataforma é tornar-se uma referência para artistas criativos e para a comunidade na valorização e dinamização do artesanato tradicional português e das suas recriações, transformando a forma como ele é percebido e integrado nas ICs e fortalecendo a identidade coletiva das comunidades envolvidas. Com a **missão** de atuar como catalisador de inovação, a plataforma visa valorizar o artesanato tradicional e contemporâneo português, os artesãos e os profissionais criativos. Procura-se incentivar novas perceções e apreciações que conduzam a reconstruções comunitárias, capazes de revitalizar e enriquecer o património cultural.

Os **objetivos específicos** da plataforma digital incluem:

a) Reforçar a perceção pública sobre a possibilidade de renovação do artesanato tradicional, realçando a sinergia entre a tradição e a inovação e a importância das reinterpretações criativas para a adaptação a um mercado e a um contexto social em constante transformação.

b) Incentivar a interação, a colaboração interdisciplinar entre profissionais das ICs, criando um ecossistema de partilha de ideias, saberes e práticas e fomentando a atuação de uma comunidade criativa.

c) Diversificar e expandir o público do artesanato tradicional, atraindo novas audiências e aumentando a visibilidade dos produtos certificados, particularmente entre os jovens e o mercado internacional.

d) Enriquecer o conhecimento sobre o subsector do artesanato, disponibilizando informações sobre a sua história, os artesãos, o processo criativo de produção e as narrativas associadas a essas criações.

e) Desenvolver estratégias de sustentabilidade financeira que assegurem a continuidade e o crescimento da plataforma, explorando modelos de receita inovadores e estabelecendo parcerias estratégicas para apoio e financiamento.

Desenhada para ser intuitiva e acessível, a plataforma garantirá que a experiência do utilizador seja envolvente e instrutiva. Com um *design* responsivo, poderá ser um recurso de aprendizagem e descoberta, bem como um ponto de exposição do artesanato tradicional. Esta iniciativa digital também tem a ambição de se tornar uma referência no campo da preservação digital do património cultural, demonstrando que

a comunicação, a criatividade e a inovação são aliadas fundamentais da tradição, pois contribuem para a sua vitalidade e sustentabilidade futura.

6.2. A estrutura

A estrutura da plataforma **OCRI - Olhares Criativos** é projetada para promover uma navegação intuitiva e uma experiência fluida do utilizador, com uma organização clara e categorias bem definidas. Divide-se nas seguintes secções:

Página principal – Apresenta a ideia central e a proposta da plataforma, oferecendo acesso direto a cada um dos produtos artesanais certificados, às histórias dos artesãos e às reinterpretações feitas por outros criativos. Destaca depoimentos relevantes para o tema e introduz a relação entre a certificação e a inovação. A página também informa sobre eventos e atividades relacionados com o artesanato e a cultura portuguesa, com detalhes sobre datas, locais e descrições das atividades.

Quem somos – Nesta página, os visitantes são introduzidos ao conceito e aos objetivos da plataforma, descobrindo a história por detrás da iniciativa e o que encontrarão ao explorar o *site*. Esta introdução estabelece desde logo uma ligação emocional e intelectual com o conteúdo proposto.

A certificação e a inovação – Esta secção explica a importância da certificação para os produtos artesanais e para os artesãos, destacando o papel essencial da inovação na revitalização e fortalecimento das tradições. Apresenta os tipos de produtos certificados e a entidade responsável pela certificação em Portugal, além de mostrar como a inovação é aplicada no artesanato no contexto das Indústrias Criativas.

Os produtos certificados – Esta secção foca-se exclusivamente nos produtos certificados e permite uma imersão na história e no significado das peças artesanais. Cada produto tem uma página própria, onde se conta a história do artesão e o seu processo de criação, complementados por fotografias e informações de contactos. Um mapa permite aos visitantes localizar os produtores, adicionando uma dimensão geográfica à narrativa e vinculando os produtos às suas origens.

Galeria de recriações – Este espaço expõe os projetos contemporâneos inspirados na tradição artesanal. Cada recriação é detalhada com informações sobre os artistas

responsáveis e os seus trabalhos na área criativa. Esta secção homenageia a arte tradicional e abre caminho para as expressões e interpretações contemporâneas.

Loja virtual – Embora a loja virtual esteja planeada e estruturada, não será ativada de imediato devido às exigências logísticas, de gestão e de formalização legal que um empreendimento comercial implica, incluindo a necessidade de constituir uma empresa para a comercialização das obras. Importa salientar que esta é uma proposta pessoal, desenvolvida num contexto académico, com recursos pessoais e limitados. Após a conclusão do trabalho académico, prevê-se a continuidade do projeto, a superação das barreiras mencionadas e a ativação da loja virtual. No entanto, destaca-se desde já o potencial deste espaço para apoiar os artesãos e artistas, oferecendo uma plataforma para a venda direta das suas obras, o que poderá representar uma valiosa fonte de rendimento e visibilidade.

Contacto – Esta secção inclui um mapa interativo, um formulário para que os visitantes possam enviar mensagens diretamente através do *site* e um convite para os utilizadores obterem mais informações ou esclarecerem dúvidas.

6.3. Os principais requisitos técnicos

Entre os **requisitos funcionais** da plataforma, destacam-se a gestão de conteúdo, que permite a inserção, edição e remoção dinâmicas de textos, imagens, vídeos e áudios e a exibição de imagens com *layouts* personalizáveis para apresentar as obras. A integração multimédia enriquece o sítio com vídeos e outros formatos. A plataforma inclui um motor de busca e os produtos estão organizados em menus por categoria, para facilitar a pesquisa de conteúdo. Funcionalidades de partilha social e *widgets* para as redes sociais promovem a interação com o público. A plataforma está preparada para *e-commerce*, com funcionalidades inicialmente desativadas, permitindo a futura venda do artesanato tradicional certificado e das suas recriações. O design é moderno, intuitivo e acessível, disponível em português e inglês, garantindo uma experiência envolvente e informativa para todos os utilizadores.

Relativamente aos **requisitos não funcionais**, o desempenho do sítio é prioritário, com foco em tempos de carregamento rápidos e otimização de recursos. A segurança é essencial, protegendo contra vulnerabilidades comuns. A escalabilidade garante suporte

ao aumento de tráfego e conteúdo, enquanto a manutenibilidade facilita as atualizações e a manutenção. A otimização para motores de busca (SEO) assegura uma boa visibilidade *online*. O sítio é compatível com os principais navegadores e inclui um sistema de *backup* e recuperação. A escolha do *WordPress* como plataforma base justifica-se pela sua flexibilidade, ampla oferta de *plugins*, capacidades de *e-commerce* via *WooCommerce* e suporte comunitário.

6.4. Dados e gestão de conteúdo

A plataforma digital **OCRI - Olhares Criativos** utiliza um sistema de gestão de conteúdo (CMS) preparado para gerir dados e conteúdos, incluindo imagens, vídeos, áudios e textos sobre os artesãos, os produtos artesanais e as suas recriações. O sítio é organizado de forma a facilitar a navegação e a pesquisa, com os conteúdos internamente categorizados e etiquetados, permitindo uma estrutura clara e acessível. As galerias exibem as fotografias dos produtos, enquanto os vídeos são integrados através de plataformas externas, minimizando o impacto no desempenho do sítio. Cada produto certificado tem a sua própria página com informações sobre a produção e os artesãos. A plataforma inclui um motor de busca, para facilitar a localização dos conteúdos. Além disso, possui uma biblioteca de média integrada – uma ferramenta dedicada à organização, armazenamento e gestão de ficheiros multimédia – que simplifica o carregamento e a organização desses materiais, permitindo um acesso rápido e eficiente. Medidas de *backup* e segurança garantem a proteção dos dados, enquanto o *design* responsivo assegura acessibilidade em diferentes dispositivos. A otimização para motores de busca (SEO) e a acessibilidade são prioridades, maximizando a visibilidade e a usabilidade para um público diversificado.

6.5. Identidade visual e design da interface

6.5.1. Logótipo

O logótipo da plataforma **OCRI** representa a interseção entre a inovação e a tradição artesanal e a proposta de revitalizar o património cultural através de “olhares criativos”. O elemento central, que simboliza simultaneamente um coração e uma peça de cerâmica em formação no torno, evoca a paixão pelo processo criativo e a ligação profunda entre os criadores e as suas obras.



Figura 1 - Logótipo

As mãos, tingidas com matizes que lembram o ouro, numa alusão à arte da filigrana portuguesa, salientam a importância das habilidades manuais na transformação de materiais brutos em obras de arte. A presença do olho estilizado, contornando o conjunto, é uma metáfora para a capacidade de ver além do óbvio, sugerindo as diversas interpretações que uma obra de arte pode suscitar. A imperfeição intencional dos contornos simboliza a variação e a singularidade de cada criação artesanal, contrastando com a produção em massa de objetos perfeitamente simétricos e padronizados. Isso reforça a mensagem de que cada peça tem uma história única para contar e que as marcas das suas origens são fontes de valor e beleza. Os detalhes imperfeitos convidam o espectador a olhar mais de perto e a descobrir a beleza na singularidade – um reflexo direto da missão da plataforma de incentivar olhares criativos sobre o património. A simplicidade do *design* assegura a sua aplicabilidade em múltiplos contextos e formatos, seja em ambiente digital ou impresso, adaptando-se tanto a grandes dimensões quanto a reduzidos ícones. Visual e cromaticamente, o logótipo define uma identidade visual que traduz a essência da plataforma: uma celebração da arte tradicional e das suas recriações, sob uma perspetiva contemporânea.

6.5.2. Paleta de cores



Cores principais:

Castanho Escuro: Utilizada em fundos ou elementos de destaque. Simboliza a terra e representa a solidez e a tradição.

Dourado: Usado em textos e elementos de destaque. Representa o ouro da filigrana, evocando a riqueza e a herança cultural.

Vermelho: Aplicado para realces. Simboliza o coração e a cerâmica, transmitindo a paixão e a energia da produção.

Creme: Empregado em imagens e áreas de respiração no *design*, assegura a legibilidade e um aspeto limpo e equilibrado.

Verde Oliva: Aplicado em *links* ou elementos de destaque. Alude à natureza e à sustentabilidade ambiental.

Cores neutras:

Branco: Utilizado em textos e fundos para facilitar a leitura e criar contraste.

Preto: Para textos e detalhes que requerem máxima legibilidade e impacto visual.

6.5.3. Imagens e componentes da *interface*

O *design* da plataforma destaca-se pelo uso expressivo de fotografias cuidadosamente trabalhadas, que capturam os detalhes dos trabalhos dos artesãos e dos produtos, oferecendo novas interpretações e perspetivas sobre eles. As imagens desempenham um papel central na narrativa visual do sítio, acrescentando camadas de significado e proporcionando uma experiência mais envolvente para os visitantes. As caixas de texto são claras e discretas, com linhas retas, garantindo uma leitura fácil. Todos os elementos interativos seguem a mesma linguagem visual, com um *design* moderno que se destaca pela simplicidade e pela funcionalidade, evitando complexidades desnecessárias que possam desviar a atenção do conteúdo principal.

6.6. Avaliação e métricas

A avaliação do sucesso da plataforma **OCRI - Olhares Criativos** envolve a aplicação de métodos estruturados e a definição de métricas e indicadores-chave de desempenho

(KPIs). A combinação destes métodos e KPIs é essencial para medir a eficácia na concretização dos objetivos e para permitir ajustes estratégicos baseados em dados.

Métodos para avaliar a plataforma:

Análise de engajamento - Métricas como tempo de permanência, taxa de rejeição e ações realizadas (comentários, partilhas, inscrições) serão analisados, principalmente através do *Google Analytics*.

Feedback dos utilizadores – A satisfação e a perceção dos utilizadores serão avaliadas através de comentários (na plataforma e nas redes sociais) e de formulários *online*.

Análise de conversão – Será feita comparando os dados de visitas com ações específicas, como partilhas, envio de *e-mails*, participações no envio de recriações ou compras (quando o *e-commerce* for ativado).

Métricas e indicadores chave de desempenho (KPIs):

Serão avaliados os números de visitantes únicos e recorrentes, a taxa de engajamento com o conteúdo (visualizações de página por visita, tempo no *site* e interações sociais), a taxa de conversão, a satisfação dos utilizadores e o desempenho em SEO, que indica a visibilidade *online* da plataforma e a eficácia das estratégias de conteúdo.

6.7. Modelos de negócios

6.7.1. Análise SWOT

Para identificar e avaliar os fatores internos e externos que podem influenciar o sucesso ou o insucesso da plataforma, recorreu-se à Análise SWOT. Esse modelo, concebido, na década de 1960, para auxiliar na formulação de estratégias, permite classificar os Pontos Fortes (*Strengths*), os Pontos Fracos (*Weaknesses*), as Oportunidades (*Opportunities*) e as Ameaças (*Threats*) relacionados com um projeto, organização, produto ou serviço. Os “Pontos Fortes” e “Pontos Fracos” correspondem a fatores internos, controláveis, que impactam diretamente o produto em análise; enquanto as “Oportunidades” e “Ameaças” são fatores externos, fora do controle direto, mas que constituem áreas que podem ser exploradas para proveito do projeto ou que requerem vigilância para prevenir danos.

Tabela 5 - Análise SWOT da plataforma OCRI - Olhares Criativos

S 🔥 Conteúdo único e valor cultural - oferece acesso exclusivo a artes tradicionais certificadas de Portugal e incentiva a criação das suas reinterpretações contemporâneas. 🔥 Interatividade e experiência - funcionalidades como galerias interativas, vídeos, áudios e textos, poderão oferecer uma experiência imersiva e educativa. 🔥 Modelo de colaboração aberta - a possibilidade de envolver uma comunidade ampla de colaboradores, desde artesãos a académicos e criativos, cria um ecossistema dinâmico de partilha de conhecimento e inovação. 🔥 Flexibilidade e escalabilidade - a arquitetura tecnológica e o design são flexíveis, permitindo que o aumento do conteúdo e do número de utilizadores não comprometa a qualidade do serviço.	W 🔥 Necessidade de atualização constante - a proposta perde o sentido se as recriações não acompanharem as mudanças sociais e culturais. 🔥 Limitações de conteúdo - a obtenção de novas obras e a curadoria de conteúdo de qualidade exigem recursos e parcerias estratégicas. 🔥 Dependência de parceiros - a criação de conteúdo depende muito dos colaboradores externos. 🔥 Envolvimento do público - construir uma base de utilizadores assíduos pode ser difícil devido à concorrência e à variedade de conteúdo online. 🔥 Medição de impacto e ROI - poderá ser desafiador quantificar o impacto cultural e o retorno sobre o investimento da plataforma, tornando complexa a justificação de investimentos e a obtenção de financiamentos.
O 🔥 Interesse crescente pelas artes tradicionais artesanais - um público mais amplo e diversificado tem mostrado interesse pelas artes tradicionais. 🔥 Digitalização do Património Cultural - oportunidade de preservar e promover o património cultural de maneira inovadora e acessível a um público global. 🔥 Parcerias e apoio institucional - colaborações com instituições culturais, turísticas, educacionais ou com marcas e designers podem ampliar o alcance, o valor e o impacto da plataforma. 🔥 Expansão para novos mercados - A plataforma tem potencial para alcançar a atenção de audiências internacionais interessadas na cultura portuguesa. 🔥 Oportunidades de E-commerce para artistas e artesãos - novas vias de receita e promoção para os colaboradores.	T 🔥 Concorrência Digital - a possibilidade de outras plataformas copiarem a ideia ou oferecerem conteúdos similares aumenta a pressão competitiva. 🔥 Direitos Autorais - a proteção dos direitos autorais do conteúdo no ambiente digital é complexa e essencial. 🔥 Mudanças Tecnológicas - a rápida evolução tecnológica pode exigir atualizações constantes na plataforma, implicando desafios de investimento. 🔥 Ataques cibernéticos - a plataforma pode ser vulnerável a ataques que comprometam o conteúdo ou a reputação do trabalho.

Percebe-se, através da análise SWOT apresentada na **Tabela 5**, que a plataforma está bem posicionada para explorar o crescente interesse pelo artesanato tradicional e pelas suas recriações. Os seus pontos fortes, como o conteúdo único e a interatividade, colocam-na numa posição favorável para captar e manter o interesse de um público diversificado, desde interessados por arte até académicos e criativos. A estrutura colaborativa aberta enriquece o ecossistema de conteúdo e fomenta uma comunidade vibrante em torno do artesanato tradicional português. Contudo, a necessidade de atualização constante e a dependência de parceiros estratégicos para o conteúdo destacam desafios operacionais críticos. A gestão eficaz destes aspetos será fundamental para manter a relevância e a qualidade da oferta. Além disso, a construção de uma base de utilizadores leais num mercado digital competitivo exige estratégias de *marketing* inovadoras e a capacidade de medir o impacto e o retorno sobre o investimento de forma eficiente. As oportunidades identificadas, como a digitalização do património cultural e a potencial expansão para novos mercados, indicam caminhos promissores para o crescimento. Parcerias institucionais e o desenvolvimento de novas vias de receita, como o *e-commerce*, podem ampliar significativamente o alcance e a sustentabilidade financeira da plataforma. Por outro lado, as ameaças como a concorrência digital, os desafios dos direitos autorais, as rápidas mudanças tecnológicas

e os riscos de ataques cibernéticos requerem uma atenção constante. Estratégias proativas para proteger o conteúdo, investir em tecnologia atualizada e adotar práticas de segurança robustas são indispensáveis para garantir uma operação segura e confiável. É possível perceber que a plataforma tem um potencial significativo para tornar-se referência na valorização e preservação do artesanato português, através de uma abordagem inovadora.

6.7.2. Business Model Generation – Canvas

Para alcançar uma compreensão holística e integrada do negócio, particularmente útil na fase de planeamento e desenvolvimento da plataforma, optou-se pela aplicação da ferramenta *Canvas* do *Business Model Generation* (Osterwalder & Pigneur, 2011). Este modelo de negócios oferece a flexibilidade necessária para se adaptar e ajustar às estratégias, às mudanças no ambiente de mercado e às necessidades dos utilizadores. Além disso, facilita a comunicação e colaboração entre o desenvolvedor do projeto, os *stakeholders* e os avaliadores académicos deste trabalho, assegurando uma compreensão clara da visão e dos objetivos da plataforma por todas as partes envolvidas.

Criado por A. Osterwalder e Y. Pigneur, o *Business Model Generation*, que tem como principal ferramenta o *Canvas*, é um modelo de gestão estratégica focado na inovação, empregado tanto no desenvolvimento ou registo quanto na análise de modelos de negócios. O *Canvas* é estruturado em nove blocos que representam os componentes fundamentais de uma empresa ou produto, nomeadamente: parcerias chave, atividades chave, recursos chave, proposta de valor, relacionamento com clientes, canais de distribuição, segmentos de clientes, estrutura de custo e corrente de receitas. Cada um desses blocos desempenha um papel na construção do modelo e permite que os empreendedores visualizem e testem diferentes estratégias de ação. Esta abordagem estimula a inovação ao incentivar a realização e a experimentação de cada um dos componentes do negócio.

Tabela 6 - O Modelo de Negócio da Plataforma OCRI - Olhares Criativos

PARCEIROS CHAVE - Artesãos e Criativos - o coração da plataforma - A Certifica (Instituto de Certificação) - Cearte - IEPF - Outras Entidades Governamentais e Órgãos de Turismo - Organizações Culturais e Instituições de Arte - Instituições Educacionais - Influenciadores Digitais - Produtores Culturais - Eventos de Arte, design ou Feiras de Artesanato - Organismos oficiais internacionais e Embaixadas - Parceiros Logísticos - Organizações de Financiamento e Subsídios	ATIVIDADES CHAVE - Promover a divulgação do trabalho dos artesãos certificados portugueses e as recriações feitas por artistas criativos, valorizando as suas histórias e os seus produtos (nacional e internacionalmente) - Curadoria de produtos e de conteúdo - Gestão de parcerias estratégicas - Desenvolvimento e manutenção tecnológica - Marketing e promoção	PROPOSTA DE VALOR - Ser referência para divulgação de marcas, trabalhos e artistas criativos portugueses. - O acesso exclusivo a produtos artesanais certificados portugueses de qualidade reconhecida, bem como às suas recriações, num espaço único e agregador. - A fusão entre a tradição e a inovação com uma abordagem contemporânea. - A conexão direta com os artesãos e outros profissionais criativos, oferecendo aos clientes a oportunidade de conhecer as histórias e os rostos por detrás dos produtos. - Uma experiência de navegação personalizada e intuitiva, equipada com diversas funcionalidades. - O potencial de alcançar um público internacional, promovendo a cultura portuguesa a nível mundial e expandindo o mercado para os artesãos locais e profissionais criativos, abrindo novas oportunidades de reconhecimento e crescimento económico.	RELACIONAMENTO COM CLIENTES - Comunidade Online - Geração de vínculo com os clientes finais (espaço para contar as histórias no site) - Óptima relação com os parceiros - Parcerias com Influenciadores e Produtores Culturais - Histórias e Conteúdo Atrativo	SEGMENTOS DE CLIENTES - Artesãos e criativos - Stakeholders - Apreciadores de Artes - Pesquisadores e Estudantes focados nas Indústrias Criativas e na preservação cultural. - Estrangeiros que querem conhecer os objetos que representam o país - Instituições Culturais - Designers e Decoradores - Turistas - Colecionadores - Jornalistas - Influenciadores digitais - Seguidores do Instagram - Associações de Emigrantes Portugueses - Grupos de Preservação do Património - Consumidores conscientes que procuram produtos sustentáveis e com histórias. - Organizações culturais e governamentais empenhadas em promover o artesanato tradicional.
ESTRUTURA DE CUSTO - Desenvolvimento web, hospedagem e domínio. - Viagens - Marketing e Publicidade - Assessoria Jurídica - Conteúdo e curadoria - Licenças e Permissões - Sistema CRM - Eventos e Networking	- Suporte técnico e manutenção - Recursos humanos - Formação e desenvolvimento - Ferramentas de tradução, de otimização de motores de busca (SEO) e de análise de dados - Segurança e proteção de dados - Reserva para Imprevistos	CORRENTE DE RECEITAS Entende-se que, como projeto académico, a intenção inicial não é gerar receita. No entanto, como pretende-se dar continuidade a ele, prevê-se uma possível candidatura a projetos europeus e ainda: - E-commerce - Realização de palestras e workshops - Patrocínios - Publicidade - Plataforma de Crowdfunding ou Apoio Contínuo - Serviço de Assinatura de Produtos Artesanais - Venda de Livros, E-books, Fotografias e Impressões Artísticas - Grants e Financiamento Coletivo		

A avaliação crítica do *Canvas* da plataforma **OCRI - Olhares Criativos**, apresentado na **Tabela 6**, permite que se perceba que as parcerias chave estabelecidas, embora fundamentais, implicam uma dependência que pode limitar a autonomia operacional da plataforma. O compromisso com a atualização constante reflete a compreensão da dinâmica digital, mas suscita questões sobre a capacidade de manutenção a longo prazo e os desafios associados à curadoria de conteúdo. Os recursos chave, incluindo a identidade visual e a infraestrutura tecnológica, são elementos essenciais, mas geram uma carga significativa em termos de custos de desenvolvimento. A proposta de valor da plataforma, centrada na divulgação e reinterpretação do artesanato tradicional português, é ambiciosa e poderá perder a força se for copiada por concorrentes. O relacionamento com os clientes, que busca uma permanente geração de vínculos, é uma estratégia pertinente para criar lealdade, mas requer um investimento contínuo em conteúdo atraente e interações significativas para evitar a erosão da base de utilizadores. Os canais de comunicação são diversificados e alinhados com as práticas atuais de mercado, mas a dependência do digital exige uma estratégia de contingência para possíveis alterações nas plataformas de redes sociais e nos algoritmos de visibilidade. Os segmentos de clientes são amplos e incluem vários *stakeholders* com interesses distintos, portanto é preciso ter cuidado para evitar uma diluição do foco ou

a dificuldade em satisfazer todos de maneira eficaz. A estrutura de custo revela a consciência dos investimentos necessários, mas levanta a questão da sustentabilidade financeira a longo prazo, especialmente em face dos desafios de monetização inerentes a plataformas culturais. Por último, a corrente de receitas parece diversificada, com várias potenciais fontes de rendimento. No entanto, cada uma dessas fontes carrega os seus próprios desafios competitivos e regulatórios, o que poderá ter impacto na viabilidade financeira da plataforma.

6.8. Riscos e mitigações

A Matriz de Risco elaborada para a plataforma **OCRI - Olhares Criativos**, com base nos dados obtidos na Análise SWOT e no Canvas, apresenta uma estrutura que destaca os principais desafios identificados, avaliando tanto a probabilidade de ocorrência quanto o impacto que cada risco pode ter no projeto. As estratégias de mitigação propostas procuram abordar ativamente esses riscos, sugerindo ações concretas para minimizar possíveis consequências negativas. A matriz engloba uma vasta gama de riscos, que vão desde questões operacionais e tecnológicas até desafios de envolvimento do público e de sustentabilidade financeira. A inclusão destas estratégias de mitigação reflete o planeamento estratégico detalhado e uma tentativa de prever soluções para problemas potenciais. No entanto, é essencial manter uma visão crítica e questionar de forma contínua a viabilidade das estratégias sugeridas e a disponibilidade de recursos para a sua efetiva implementação. Deve-se sempre ponderar se as estratégias são suficientemente sólidas para enfrentar os riscos identificados ou se será necessário mais investigação e desenvolvimento para reforçar a resiliência da plataforma.

Tabela 7 - Matriz de Risco da Plataforma OCRI - Olhares Criativos

RISCO	PROBABILIDADE	IMPACTO	ESTRATÉGIAS DE MITIGAÇÃO
Atualização constante e restrições de conteúdo	Alta	Alto	Criar uma equipa dedicada à curadoria e assegurar fontes de conteúdo diversificadas para manter o site atualizado.
Dependência de parceiros	Alta	Médio	Diversificar a rede de parceiros e criar acordos que assegurem a continuidade e a qualidade do conteúdo.
Concorrência digital e Imitação	Média	Alto	Investir em marketing, inovação e diferenciação para se destacar no mercado.
Direitos autorais	Média	Alto	Implementar políticas claras de direitos autorais e monitorização constante para evitar infrações.
Mudanças tecnológicas	Alta	Médio	Manter-se atualizado com as tendências tecnológicas e reservar um orçamento para atualizações frequentes.
Ataques cibernéticos	Baixa	Alto	Investir em segurança cibernética e realizar backups regulares.

RISCO	PROBABILIDADE	IMPACTO	ESTRATÉGIAS DE MITIGAÇÃO
Dificuldade de engajamento do público	Média	Médio	Criar conteúdo atraente, estratégias de marketing digital e campanhas para construir uma comunidade ativa.
Medição de impacto e ROI	Média	Médio	Desenvolver métricas claras e ferramentas de análise para avaliar o impacto cultural e o retorno financeiro.
Gestão de crescimento e escalabilidade	Média	Alto	Planeamento estratégico para crescimento sustentável e estrutura escalável.
Expansão para novos mercados	Média	Alto	Realizar pesquisas de mercado e criar estratégias de marketing adaptadas a novos públicos e culturas.
Sustentabilidade financeira a longo prazo	Média	Alto	Implementar de práticas de gestão lean, buscar eficiência operacional, diversificar as fontes de receita e criar um fundo de reserva.

Capítulo 7. OCRI em foco: uma análise da plataforma

Esta análise da plataforma **OCRI – Olhares Criativos** foca-se na sua eficácia enquanto produto / espaço de comunicação / mediação para promover a interação entre a inovação e a tradição. Através da observação do conteúdo, da usabilidade, das inovações implementadas e do impacto na valorização do artesanato, procura-se determinar se a **OCRI** pode servir como um modelo replicável para outros subsectores das ICs.

7. 1. Análise do conteúdo

O conteúdo da plataforma foi desenvolvido com uma abordagem infocomunicacional, que, além de documentar o artesanato, pretende oferecer novas interpretações sobre os artesãos e as suas criações, destacando os significados culturais associados. A plataforma constitui, em última instância, um artefacto, no qual se materializa e comunica de forma orgânica e criativa a informação / conhecimento e as narrativas que envolvem o artesanato tradicional. O foco, na produção textual, recai nos elementos das histórias pessoais dos artesãos que conferem singularidade às suas obras. Adotou-se uma perspectiva emotiva e detalhada, com o objetivo de criar uma conexão mais profunda com o leitor, em linha com a ideia de S. Hall (2016) de que a representação dos objetos culturais influencia diretamente a forma como são percebidos e valorizados pela sociedade. As fotografias foram editadas para garantir uma coerência visual em todo o *site*, funcionando como “retratos poéticos” que captam a essência do trabalho de campo. Todo o processo foi conduzido com a consciência de que as representações nunca são neutras, mas influenciadas pelo contexto social, político e histórico em que são produzidas (Hall, 2016). O objetivo foi criar um conteúdo que, além de documentar, também possa criar relevância, influenciar, inspirar e contribuir para o reconhecimento das práticas culturais sob uma nova perspectiva.

7.2. Usabilidade e Experiência do Utilizador (UX)

A plataforma apresenta um visual limpo e proporciona uma experiência agradável e intuitiva para os utilizadores. A navegação é facilitada por menus principais, de rodapé e *sticky menus*, que permitem um acesso imediato a todo o conteúdo. Estes elementos estruturam os fluxos infocomunicacionais de maneira que a informação seja facilmente

acessível, reforçando a ligação entre o utilizador e o conteúdo apresentado. Todo o material foi traduzido manualmente para o inglês, assegurando a acessibilidade a um público mais vasto. A coerência entre a comunicação visual e textual foi um aspeto central na conceção da plataforma, para garantir que a informação fosse transmitida de forma clara e envolvente. Funcionalidades como as galerias, os formulários e os mapas funcionam corretamente e são intuitivas para o utilizador. O *design* responsivo assegura uma experiência consistente em diversos dispositivos. Um *plugin* de acessibilidade foi integrado para garantir que o conteúdo seja acessível a todos, reforçando o compromisso da plataforma com a inclusão. A harmonia entre o *design* e o conteúdo contribui para uma experiência global que complementa a narrativa e os objetivos da plataforma.

7.3. A inovação

Embora a **OCRI** tenha sido inicialmente concebida como um resultado aplicado do estudo sobre a inovação no artesanato tradicional certificado, a análise da inovação dentro da própria plataforma revela-se igualmente relevante. A plataforma demonstra como a infocomunicação e o seu potencial como sistema infocomunicacional podem ser uma ponte eficaz entre a tradição e a inovação, refletindo os conceitos teóricos explorados nesta dissertação. A integração de elementos inovadores na estrutura e no conteúdo da plataforma evidencia que a inovação não se restringe aos produtos artesanais, estendendo-se à forma como são reinterpretados, apresentados e promovidos. Durante o desenvolvimento da plataforma, ficou claro que a produção textual e visual constituía uma releitura contínua das tradições, dos objetos e das narrativas associadas, com cada elemento acrescentando uma nova camada de significado ao artesanato tradicional, recriando-o para um novo público e contexto.

De acordo com os Dez Tipos de Inovação de Keeley et al. (2016), a plataforma corporiza diferentes formas de inovação, entre as quais se destacam a Inovação de Processo, Canal, Marca e Rede. O processo de criação da plataforma combinou narrativas ricas com elementos visuais elaborados, o que demonstra um compromisso com a preservação e a reinvenção cultural (**Inovação de Processo**). A **Inovação de Canal** manifesta-se na utilização eficaz da tecnologia digital para ampliar o alcance do artesanato português a uma audiência global, mantendo a ligação às suas raízes

culturais. A plataforma, enquanto espaço infocomunicacional de construção de significado, propõe que cada releitura seja um ato de inovação. A **Inovação de Marca** é igualmente significativa, com uma identidade forte e coesa que reflete os valores do artesanato tradicional e da inovação, diferenciando o projeto no mercado cultural. A **Inovação de Rede**, por sua vez, baseia-se na colaboração entre diferentes criativos e artesãos, para revitalizar e reinterpretar o artesanato tradicional português. Este ecossistema de colaboração e inovação em rede permite à plataforma expandir o seu impacto, conectando, através da comunicação, o legado cultural às práticas contemporâneas de forma inovadora e significativa.

7.4. Os desafios na produção

O desenvolvimento da plataforma enfrentou vários desafios. Um dos principais problemas foi a impossibilidade de realizar as avaliações e métricas inicialmente propostas, devido a limitações de cronograma, o que impediu a recolha de dados suficientes para medir o impacto da plataforma. A distância em relação aos artesãos dificultou o contacto direto e a recolha de dados, enquanto a disponibilidade limitada desses profissionais para colaborar na produção de fotografias e outros conteúdos resultou numa menor quantidade e diversidade de material. A escassez de recursos em termos de tempo, orçamento e equipa também apresentou desafios consideráveis. Gerir múltiplas tarefas num prazo reduzido exigiu uma abordagem eficiente e criativa para assegurar o progresso do trabalho conforme planeado. Apesar destas limitações, foi possível apresentar algumas novas interpretações sobre os produtos artesanais. Além disso, durante o processo, percebeu-se que a criação dos conteúdos se tornou uma forma de reinterpretação, uma representação pessoal (Hall, 2016) que, alinhada com o conceito original da plataforma, permitiu cumprir, em parte, a proposta apresentada.

7.5. Reflexões teóricas

O desenvolvimento da **OCRI – Olhares Criativos**, enquanto produto infocomunicacional destinado a promover a inovação e a interconexão nas ICs, permitiu explorar na prática as tensões discutidas nesta dissertação, em particular as que se referem à valorização pelo DAP de certas narrativas e práticas em detrimento de outras (Smith, 2006) e ao desequilíbrio entre o capital cultural institucionalizado e o objetivado

(Bourdieu, 1986). Ao destacar o artesanato tradicional e as narrativas pessoais dos artesãos, a OCRI posiciona-se como um esforço de produção informacional e de comunicação que desafia o DAP. A promoção da inovação e a reinterpretação das tradições contribuem para uma visão do património cultural mais inclusiva e dinâmica, que dá voz aos artesãos e valoriza as práticas culturais vivas e as interpretações comunitárias. Contudo, surge uma tensão inerente, pois a necessidade de certificação e institucionalização do artesanato tradicional, com a qual a plataforma também se alinha, pode, em alguns casos, reforçar o DAP. Desta forma, a **OCRI** encontra-se num ponto delicado, tentando equilibrar a promoção de uma visão alternativa com a operação dentro das estruturas que o DAP tende a perpetuar. Esta dualidade reflete o desafio constante enfrentado pelas ICs, onde a inovação precisa coexistir com as estruturas tradicionais.

A plataforma procurou valorizar o capital cultural incorporado, destacando as habilidades, histórias, os saber-fazer e as inovações dos artistas criativos, com o objetivo de equilibrar a atenção entre o que é institucionalizado e o que é vivido e praticado. Este equilíbrio permite que o capital cultural incorporado seja reconhecido como uma força vital para a continuidade e a inovação do património cultural, sem anular a importância do capital cultural institucionalizado, representado pelo processo de certificação. Contudo, não se desconsideram os riscos associados a esse processo, em particular a dificuldade de manter essa tensão sob controlo num sistema que tende a privilegiar o que é institucionalizado. Ao destacar o artesanato tradicional por diferentes óticas e as narrativas pessoais dos artesãos, a **OCRI** posiciona-se como um esforço de comunicação que desafia o discurso autorizado. Enquanto artefacto, a plataforma torna-se um espaço potencialmente transformador, no qual são reinterpretados e comunicados os significados culturais associados ao artesanato, ampliando os fluxos infocomunicacionais que conectam o passado ao presente e a tradição à inovação.

7.6. Recomendações estratégicas

A plataforma **OCRI** pode servir como um modelo eficaz para outros projetos nas ICs, especialmente aqueles que visam revitalizar e promover tradições ou produtos culturais através da comunicação e da inovação. A inovação pode ser introduzida na valorização de produtos culturais por meio de narrativas envolventes que liguem as tradições ao

presente e do uso de tecnologias que ampliem o seu alcance. A escalabilidade é crucial: a plataforma pode ser ampliada para incluir vários subsetores criativos, utilizando uma estrutura modular adaptável à adição de novas secções dedicadas a diferentes formas de artesanato e suas práticas ou a novos mercados e públicos internacionais, promovendo a internacionalização do artesanato tradicional e das práticas culturais associadas.

A replicação desta plataforma no domínio das ICs é vantajosa, pois promove a colaboração interdisciplinar e integra diversas formas de arte, como o *design* gráfico, a música, o audiovisual e a literatura, para criar uma experiência rica e multifacetada. A plataforma também demonstra como os profissionais criativos, com competências e habilidades extraordinárias, podem ser valorizados e apresentados ao mercado. A replicação desta ideia pode focar-se na criação de espaços que promovam a visibilidade de profissionais criativos, ajudando-os a divulgar os seus trabalhos, desenvolver as suas práticas, expandir os seus mercados e interagir com novas audiências. Este modelo pode ser replicado noutras áreas, como a música tradicional, a dança ou a produção cinematográfica, onde muitos profissionais ainda não recebem o reconhecimento merecido.

É essencial garantir melhorias técnicas constantes para assegurar a funcionalidade, segurança e relevância da plataforma, com atualizações regulares, otimização de desempenho e acessibilidade aprimorada. O conteúdo pode ser diversificado, com atualizações sobre o artesanato tradicional e inovações no subsetor, entrevistas com artesãos e criativos, artigos de opinião e análises críticas. O multimédia deve ser ampliado com vídeos e *podcasts* para alcançar um público mais vasto e enriquecer a experiência dos utilizadores. A longo prazo, a sustentabilidade da plataforma pode ser garantida através de financiamentos governamentais, institucionais e de parcerias estratégicas que ofereçam apoio financeiro e de conteúdo. Funcionalidades como o *marketplace*, a criação e venda de novos produtos digitais ou físicos e a obtenção de patrocínios de marcas relacionadas com o artesanato e os bens culturais contribuirão para assegurar recursos adicionais. Como um espaço de comunicação e defesa de causas, a **OCRI** pode também servir como canal para que os artesãos expressem as suas necessidades e reivindicações, influenciando a formulação de políticas públicas que promovam o subsetor e a sustentabilidade do artesanato tradicional.

Considerações finais

Esta investigação analisa a trajetória do artesanato tradicional em Portugal, desde as suas raízes históricas até ao seu papel atual como subsetor das Indústrias Criativas. O objetivo central foi explorar como a inovação pode ser integrada de forma eficaz na preservação, promoção e desenvolvimento sustentável do artesanato, assegurando a sua relevância cultural no contexto contemporâneo.

Inicialmente, a análise adotou uma perspetiva interdisciplinar, integrando conceitos das Ciências da Comunicação e Informação, Estudos do Património, História, Política e Economia Cultural, Antropologia e Gestão, para proporcionar uma compreensão abrangente do subsetor artesanal português e das suas influências culturais, históricas, sociais, políticas e económicas. O estudo destaca a transformação do conceito de património, que passou de uma preocupação com objetos meramente tangíveis para uma conceção mais ampla, que inclui aspetos intangíveis. Sublinha a necessidade de uma ampliação crítica da noção de património, com a valorização da diversidade cultural e a promoção de uma gestão mais inclusiva e representativa (Smith, 2006).

Ao observar o percurso histórico do artesanato português, foi possível constatar que muitos produtos e tradições sofrem processos de desvalorização do seu significado. Contudo, esses elementos culturais podem ser transformados e revitalizados através de processos históricos que incluem políticas de preservação e manipulação ideológica ou de processos sociais espontâneos que ocorrem à medida que a sociedade muda e reinterpreta os artefactos conforme as suas necessidades e narrativas. Esta perceção do artesanato tradicional como uma prática cultural dinâmica que requer constante reconfiguração é fundamental para permitir a sua adaptação e sobrevivência no contexto contemporâneo.

À medida que a investigação progrediu, centrou-se no seu núcleo principal: as Indústrias Criativas. O artesanato tradicional, após enfrentar grandes desafios, como o impacto da industrialização e a globalização, precisou adaptar-se às novas realidades económicas e sociais. A sua inserção como subsetor das ICs reflete uma estratégia de revitalização económica e de resposta às exigências do mercado global. Da mesma forma, as políticas públicas direcionadas para o artesanato em Portugal passaram por uma grande transformação: de uma ênfase na preservação e patrimonialização para

uma abordagem que privilegia o seu potencial económico, na forma de capital cultural institucionalizado, como a certificação, em detrimento do capital cultural incorporado, que valoriza os saber-fazer tradicionais e as práticas culturais locais. Essa mudança é ainda mais evidente pelo facto de o artesanato estar sob a alçada do IEF, uma entidade tutelada pelo Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social, e não ligado diretamente ao Ministério da Cultura, o que reforça a prioridade dada ao seu potencial económico sobre a sua dimensão cultural.

A ênfase no capital cultural institucionalizado pode limitar a inovação ao cristalizar certas práticas como “autênticas” ou marginalizar e desvalorizar inovações que não se encaixam em definições rígidas. Em consequência, pode restringir a capacidade dos artesãos em responder às mudanças nas preferências do mercado e nas dinâmicas culturais, tornando o artesanato menos relevante para as novas gerações e para o mercado global. Esta investigação enfatiza a necessidade de um equilíbrio entre a valorização económica e a preservação do saber-fazer tradicional. Embora as políticas de valorização institucional do património sejam extremamente necessárias e relevantes, é essencial assegurar a herança cultural incorporada nas práticas artesanais. Essa compreensão pode incentivar a formulação de políticas públicas que reconheçam e valorizem os artesãos, promovendo a transmissão natural dos seus saberes, especialmente nas comunidades que mantêm essas tradições. O investimento em iniciativas que fortalecem diretamente os artesãos contribui para a criação de um ecossistema artesanal mais robusto e sustentável; provoca o aumento do interesse dos consumidores pelos produtos artesanais; preserva e revitaliza tradições; fortalece relações de confiança e melhora, a longo prazo, a perceção do papel social das entidades envolvidas com esses projetos.

Durante o desenvolvimento deste estudo, a incorporação de novas noções e estratégias exigiu uma abordagem inter e transdisciplinar. Esse processo foi especialmente evidente na análise das entrevistas, onde as perceções dos artesãos revelaram a necessidade de questionar e reconfigurar práticas consolidadas. As propostas de inovações resultantes dessa abordagem visam adaptar o subsector do artesanato às exigências contemporâneas das ICs, preservando ao mesmo tempo as tradições e os valores culturais que lhe conferem significado.

As entrevistas e a observação participante revelaram uma realidade complexa, onde a tradição e a inovação coexistem de forma delicada. A inovação, quando orientada de forma colaborativa, inclusiva, respeitando os saberes tradicionais, pode atuar como um catalisador para revitalizar as práticas artesanais, assegurando a sua sustentabilidade e relevância. No entanto, a relação dos artesãos com a certificação, em muitos casos, é ambígua, porque, embora seja vista como uma ferramenta valiosa que agrega valor e reconhecimento ao trabalho artesanal, também se reconhece que o processo de certificação pode impor limites à criatividade e à inovação, essenciais para manter o valor cultural do artesanato tradicional no mercado contemporâneo.

Percebe-se também que a inovação tem sido uma exigência para o fortalecimento do subsetor, tal como acontece em todas as Indústrias Criativas, e que os artesãos entrevistados têm adotado diversos tipos de inovação no seu trabalho, embora muitas vezes de forma intuitiva, sem plena consciência estratégica. Essas inovações, conforme discutido na teoria dos “Dez tipos de Inovação” (Keeley et al., 2016), manifestam-se de várias formas, como a adaptação de técnicas tradicionais para novos contextos, a criação de novas formas de comercialização, a personalização da experiência de compra ou a criação de redes de colaboração entre os artesãos e outros atores das ICs. Esta dissertação propõe uma visão multifacetada da inovação no artesanato, que respeita a tradição, tira o foco exclusivo da inovação no produto e capacita os artesãos a compreender melhor o mercado e adaptar as suas práticas de forma responsável.

A infocomunicação, por sua vez, é destacada como um instrumento fundamental para revitalizar tradições, dignificar criadores, incluir narrativas normalmente marginalizadas e promover um maior envolvimento comunitário na preservação e gestão do artesanato, sendo fundamental para destacar o valor do capital cultural incorporado quando utilizada de forma estratégica.

Os contributos teóricos e o material resultante da análise das entrevistas e da observação participante foram aplicados na criação da plataforma digital **OCRI – Olhares Criativos** (www.ocri.pt), que corporiza um espaço de mediação/infocomunicação, uma abordagem dinâmica, criativa e participativa na valorização do artesanato tradicional. Este resultado aplicado, desenvolvido sobre uma abordagem inter e transdisciplinar que integra as ciências da comunicação e informação, os sistemas computacionais, os estudos culturais e a gestão, reafirma a importância de considerar o património cultural

como um processo vivo e em constante reinterpretação, essencial para a sustentação e revitalização das tradições no contexto das ICs. A estratégia de revitalização do património cultural através de releituras contemporâneas pela comunidade criativa é inovadora e pode inspirar modelos que visem reconectar produtos, locais e práticas com as comunidades, aumentando o seu valor e a sua apreciação. Observa-se que o envolvimento da comunidade criativa na reinterpretação do património cria novas conexões emocionais com elementos culturais menos conhecidos, tornando esses produtos ou práticas mais sustentáveis e interessantes para as novas gerações. Esse tipo de projeto é versátil e não se limita a um contexto técnico, podendo ser adaptado a diferentes realidades das ICs onde a conexão cultural e emocional precisa ser reforçada ou redefinida, criando um espaço de mediação e partilha que reinterpreta e revitaliza práticas culturais através da infocomunicação.

De forma global, esta dissertação contribui para uma compreensão mais profunda do equilíbrio necessário entre a inovação e a preservação das tradições no contexto das ICs, oferecendo *insights* sobre como as políticas públicas podem ser moldadas para promover o desenvolvimento sustentável neste campo. As análises e os resultados deste trabalho fornecem um referencial teórico e prático para orientar futuras pesquisas, ampliando o conhecimento das interseções entre inovação, tradição, políticas culturais e estudos do património. A plataforma **OCRI**, em particular, emerge como um potencial modelo infocomunicacional colaborativo e replicável em outros subsectores das ICs, reposicionando os criadores como agentes centrais para o processo de gestão do património cultural e contestando os discursos autorizados que tradicionalmente marginalizam as vozes dos atores diretamente envolvidos na produção cultural.

Entre as principais limitações sentidas nesta investigação, destaca-se a escassez de uma bibliografia consistente sobre o subsector artesanal, lacuna que este estudo procura, em parte, colmatar. Além disso, embora o número necessariamente limitado de participantes auscultados represente um desafio adicional, a abordagem qualitativa permitiu um aprofundamento das nuances e especificidades do subsector artesanal em Portugal. Estudos futuros poderão beneficiar de uma amostra mais ampla e diversificada, permitindo a comprovação quantitativa das tendências identificadas neste trabalho.

Por fim, esta investigação busca contribuir para a formação de novos olhares sobre o artesanato tradicional, que vão além da admiração estética. Propõe olhares mais ternos e inspiradores que reconhecem a grandeza dos artesãos e o seu imenso potencial de inovação. Uma nova percepção é fundamental para fortalecer as práticas locais e das identidades comunitárias nas ICs. Compreender que o património não é estático, mas um processo vivo que se renova a cada geração, é reconhecer a sua essência. O património morre quando não tem olhares criativos que o reimaginem e reinventem. Este trabalho não se encerra aqui. É um convite para que possamos valorizar as mãos que moldam a nossa cultura e reimaginam e renovam o que já existiu, respeitando as suas raízes e adaptando-as às novas realidades.

Referências bibliográficas

- A.Certifica. (2023). Manual da qualidade (Edição n.º 4, Revisão n.º 6).
<https://drive.google.com/file/d/1Rd1hK5Q6JxwS6X1nUrthFnsIwIOlv39W>
- Adell, N. (2020). As viradas do património. In *Família, gênero e memória: Diálogos interdisciplinares entre França e Brasil*. (pp. 449-465). Editions de l'ABA.
<http://www.portal.abant.org.br/aba/files/CAP-158995886.pdf>
- Adorno, T. W. (2005). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Routledge.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2014). *Dialética do esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Editora Zahar. (Obra originalmente publicada em 1944).
- Afonso, D. B. B. (2012). *A rua na construção da forma urbana medieval: Porto, 1386-1521*. [Trabalho de 2.º Ciclo em História da Arte Portuguesa, Universidade do Porto]. Universidade do Porto.
- Alivizatou, M. (2012). *Intangible heritage and the museum: new perspectives on cultural preservation*. California: Walnut Creek. Institute of Archeology. Critical Cultural Heritage Series, 8.
- Anderson, B. (2013). *Comunidades imaginadas: Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. (D. Bottman, Trad.). São Paulo: Companhia das Letras. (Obra original publicada em 1983).
- André, I., & Abreu, A. (2006). Dimensões e espaços da inovação social. In *Finisterra*, 41 (81), 121-141. <https://doi.org/10.18055/Finis1465>
- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance and political imagination*. New York: Cambridge University Press.
- Ballart, J. (2007). *El patrimonio historico y arqueológico: Valor y uso*. Barcelona: Editorial Ariel. (Obra original publicada em 1997).
- Ballart, J.; Pericot, J. & Mendizábal, M. (1996). El valor del patrimonio histórico. In *Complutum Extra*. (pp. 215-224).
- Barata, P. J. (2004). Roubos, extravios e descaminhos nas livrarias conventuais portuguesas após a extinção das ordens religiosas: Um quadro impressionante. *Lusitânia sacra*, 16, 319-343.
- Bastos, C., & Sobral, J. (2018). Anthropology in Portugal. In H. Callan (Ed.), *The International Encyclopedia of Anthropology* (Vol. IX). Oxford: Wiley Blackwell.
<https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea1974>
- Belém, J. (18 de setembro de 2006). Ruas dos ofícios definham mas ainda há resistentes. *Diário de Notícias*. Recuperado de
<https://www.dn.pt/arquivo/2006/ruas-dos-oficios-definham-mas-ainda-ha-resistentes-646177.html>
- Bendassolli, P. F.; Wood Jr., T.; Kirschbaum, C. & Cunha, M. P. (2008). Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. In *Revista de Administração de Empresas*, 49, 10-18.

- Bennett, J. (2013, maio 7). Craft as a creative industry: what doesn't get counted, doesn't count. *The Guardian*. Recuperado de www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/may/07/crafts-creative-industries-dcms
- Bliss, J. (2015). *Chief customer officer 2.0: How to build your customer-driven growth engine*. Jossey-Bass.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-260). New York: Greenwood.
- Bouchenaki, M. (2003) The interdependency of the tangible and intangible cultural heritage. *14th ICOMOS General Assembly and International Symposium: Place, memory, meaning: Preserving intangible values in monuments and sites*, Victoria Falls, Zimbabwe.
- Byrne, D. (2004). Chartering heritage in Asia's postmodern world. *Conservation*, 19 (2), 16-19.
https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/newsletters/19_2/news_in_cons1.html
- Câmara Municipal da Póvoa de Varzim. (2021). *Caderno de especificações da camisola poveira*.
https://drive.google.com/file/d/1xRv0mTRK5RNY_mTo5wX_j6vvNypPRVFe/view
- Câmara Municipal de Barcelos. (2008/2021). *Caderno de especificações da olaria de Barcelos*.
https://drive.google.com/file/d/114oOK_8R0leUUEuuS_vq1M2Hc9J0KZ04/view
- Câmara Municipal de Castelo Branco. (2021) *Caderno de especificações do bordado de Castelo Branco*. 3ª ed.
<https://drive.google.com/file/d/1jKk9viC5vEDzJh2DREQ5juEJTchxN7fp/view>
- Câmara Municipal de Esposende. (2022). *Caderno de especificações do Junco de Forjões*.
<https://drive.google.com/file/d/1FyFNVsQsyWezRktAnNazsySZvQhTBte/view>
- Câmara Municipal de Estremoz. (2018). *Caderno de especificações dos bonecos de Estremoz*.
<https://drive.google.com/file/d/1A4kLt0CFeyYFz9VXARZ3pnq8gbH67Nup/view>
- Câmara Municipal de Gondomar & Câmara Municipal da Póvoa de Lanhoso. (2017). *Caderno de especificações da filigrana de Portugal*.
<https://drive.google.com/file/d/1GKaJXLGBqmKrPXNkj1Q8JcBXmJPLL86M/view>
- Câmara Municipal de Peniche. (2021). *Caderno de especificações da renda de bilros de Peniche*.
https://drive.google.com/file/d/1uDZRm_0sAxbFhDDbSZd379iSNV17oQNq/view
- Câmara Municipal de Vila do Conde. (2015). *Caderno de especificações das rendas de bilros de Vila do Conde*.
<https://drive.google.com/file/d/1vIxBBtTFTog2LWzMUuPKERrFGG9kplax/view>
- Cameron, C. (2017, julho/setembro). Reconstrução: mudar atitudes. *O Correio da UNESCO*, 2, 56-59. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252318_por

- Canclini, N.C. (2000). *Culturas híbridas – Estratégias para entrar e sair da modernidade*. (A.R. Lessa; H. P. Cintrão, Trans.). Editora da Universidade de São Paulo. (Obra original publicada em 1989).
- Cerveira, A.F.C. (2017). *A zona norte de Conimbriga: A evolução das cerâmicas locais e regionais. Resultados das campanhas de 2013 e 2015-2016*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra].
- Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Choay, F. (2017). *A alegoria do património*. São Paulo: Estação Liberdade. Ed. Unesp. (Obra original publicada em 1992).
- Christensen, C. (2012). *O dilema da inovação: Quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso*. São Paulo: M.Books do Brasil.
- Cloutier, J. (2003). Qu'est-ce que l'innovation sociale? *Cahier du Crises. Collection Études théoriques* (n. ET0314). Université du Québec à Montréal (UQÀM). <https://crises.uqam.ca/wp-content/uploads/2018/10/ET0314.pdf>
- Conselho da Europa. (1975). *Declaração de Amesterdão*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/19_Declarao_de_Amesterdo_1975.pdf
- Costa, B. M. (2017). Os mesterais e o concelho de Lisboa durante o século XIV: Um esboço de síntese (1300-1383). *Medievalista*, 21. <https://doi.org/10.4000/medievalista.1268>
- Costa, E. (2012). Património e território urbano em cartas patrimoniais do século XX. *Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia*, 47(93). <https://doi.org/10.18055/Finis1255>
- Cruz, A. (1943). *Os Mestres do Porto: Subsídios para a História das Antigas Corporações dos ofícios mecânicos*. vol. I, Porto.
- Cruz, R. M. (2015). *Galos, santos, bonecos e bestas*. TVI. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=gW-qzsdI-Rg>
- DCMS (2001). *Creative Industries Mapping Documents 2001*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- DCMS (2013 maio 21). *Classifying and measuring the Creative Industries: Consultation on proposed changes*. www.gov.uk/government/consultations/classifying-and-measuring-the-creative-industries-consultation-on-proposed-changes
- Dro, I.; Therace, A. & Hubert, A. (2011). *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*. Brussels: European Commission. <https://doi.org/10.2796/13155>
- Drucker, P. (1986). *Inovação e gestão*. Lisboa: Editorial Presença.
- Drucker, P. (1994). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): Prática e princípios*. São Paulo: Pioneira Editora.

- Duarte, A. (2010). O desafio de não ficarmos pela preservação do património cultural imaterial. In *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*. Vol. I. (pp. 41-61). Porto: Universidade do Porto.
- Duarte, A. (2014). *O "património" enquanto ferramenta de desenvolvimento: O caso de dois municípios portugueses*. In *Anais do Encontro Internacional do ICOM/UP/ICOFOM* (pp. 285-299). Buenos Aires, Argentina.
- Duarte, A. (2019). Inovação Social em Cabo Verde: as Artes ao Serviço do Desenvolvimento. In P. V. Matos, J. D. Lopes & C. F. Muyler (eds.). *Inovação Social - Casos na Comunidade de Países de Língua Portuguesa* (pp. 153-184). Coimbra: Edições Almedina.
- Duarte A. & Fabrino, R. (2022). A ampliação do conceito de património cultural e a Unesco. *Museologia & Interdisciplinaridade*, 11(22), 254–270.
<https://doi.org/10.26512/museologia.v11i22.38565>
- Faustino, P. (2018). Origens, desenvolvimento e abordagens nas indústrias criativas e culturais. In *Boas práticas para políticas públicas de memória, ciência e património* (pp. 19-51). Porto: Media XXI.
- Ferguson, K. (2010). *Everything is a remix* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=nJPERZDfyWc>
- Fernandes, I. M. (2012). *A loiça preta em Portugal: Estudo histórico, modos de fazer e de usar*. [Tese de Doutoramento, Universidade do Minho].
- Fernandes, I. M. & Oliveira, A. J. (2004). Ofícios e mesteres vimaranenses nos séculos XV e XVI. *Revista de Guimarães*, 43-209.
- Ferreira, O. L. (2011). *Património cultural e acessibilidade: As intervenções do programa Monumenta, de 2000 a 2005*. [Tese de Doutoramento, Universidade de Brasília].
- Ferro, A. (1948). *Museu de Arte Popular, Discurso do Secretariado Nacional de Informação no acto inaugural do Museu de Arte Popular*. Lisboa: Edições SNI.
- Flew, T. (2011). *The Creative Industries: culture and policy*. Sage.
- Flew, T. & Cunningham, S. (2010). Creative industries after the first decade of debate. *The Information Society*, 26(2), 113-123.
- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano*. Porto Alegre: L&PM Editores.
- Florida, R. (2012). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books. (Obra original publicada em 2002).
- Funari, P. & Pelegrini, S. C. A. (2009). *Património histórico e cultural*. Rio de Janeiro: Editora Zahar. (Obra original publicada em 2006).
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). *The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business*. Pearson UK.
- Giddens, A. (2006). *O Mundo na era da globalização*. (S. Barata, Trad.). Lisboa: Editorial Presença. (Obra original publicada em 1999).

- Gonçalves, F. J. B. (2017). *A interpretação do património como fator de desenvolvimento do turismo cultural e criativo. O caso do galo de Barcelos*. [Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro].
- Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. (L. L. Schaffter, Trad.). São Paulo: Editora Vértice. (Obra original publicada em 1950).
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (A. Ituassu, Rev. Téc.; D. Miranda & W. Oliveira, Trans.). Ed. PUC-Rio: Apicuri. (Trabalho original publicado em 1997).
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (1997). *A Invenção das tradições*. São Paulo: Terra e Paz. (Obra original publicada em 1983).
- Hobsbawm, E. (1997). Introdução. In E. Hobsbawm & T. Ranger (Orgs.), *A invenção das tradições* (pp. 9-24). São Paulo: Terra e Paz. (Original publicado em 1983)
- Holtorf, C. (1998). Is the past a non-renewable resource? In *The destruction and conservation of cultural property*. WAC Inter-Congress. Croatia.
<https://learning.hccs.edu/faculty/brett.furth/anth2302/additional-readings/holtorf-1998>
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.
- Huberman, L. (1972). *História da riqueza do homem*. W. Dutra (trad.). Zahar Editores. (Obra original publicada em 1936).
- Hunter, S. (2013). *Out think: How innovative leaders drive exceptional outcomes*. Wiley.
- ICOMOS. (1964). *Carta de Veneza sobre a conservação e o restauro de monumentos e sítios*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014).
<https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/11%20Carta%20de%20Veneza%20-%20ICOMOS%201964.pdf>
- ICOMOS (1985). Declaração do México. (IPHAN, Trad.)
<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Declaracao%20do%20Mexico%201985.pdf>
- Jakob, D. (2013). Crafting your way out of the recession? New craft entrepreneurs and the global economic downturn. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6 (1), 127–140. <https://doi.org/10.1093/cjres/rss022>
- Jenkins, H.; Ford, S. & Green, J. (2015). *Cultura da conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Editora Aleph. (Obra original publicada em 2013).
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. (S. Alexandria, Trad.). Editora Aleph. (Obra original publicada em 2006).
- Jorge, I. P. G. (2014). *A teia de Penélope: Encontros e desencontros entre a arte e o artesanato na época contemporânea*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa].
- Keeley, L.; Pikkell, R.; Quinn, B. & Walters, H. (2016). *Dez tipos de inovação*. DVS Editora.

- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*. University of California Press.
- Kneller, G. (1971). *Arte e ciência da criatividade*. São Paulo: Ibrasa.
- Kotter, J. (1996). *Leading change*. Harvard Business School Press.
- Kühl, B. M. (2010). Notas sobre a Carta de Veneza. In *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, 18 (2) 287-320. <https://doi.org/10.1590/S0101-47142010000200008>
- Kundisová, J. (2018). *Filigrana de Gondomar: O percurso da arte tradicional gondomarense dos tempos remotos até à contemporaneidade*. [Tese de Doutoramento, Universidade do Minho].
- Langhans, F. P. (1943-1946). *As corporações dos ofícios mecânicos: Subsídios para a sua história* (Vols. 1-2). Lisboa: Imprensa Nacional.
- Leadbeater, C. (2010). *We-Think: Mass innovation, not mass production*. London: Profile Books. (Obra original publicada em 2008).
- Leal, J. (2000). *Etnografias portuguesas (1870-1970): Cultura popular e identidade nacional*. Portugal de Perto. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Leal, J. (2009). O património imaterial e a antropologia portuguesa: Uma perspectiva histórica. In *Museus e património imaterial. Agentes, fronteiras, identidades* (pp. 289-295).
- Leal, J. (2013). Agitar antes de usar: A antropologia e o património cultural imaterial. In *Revista Memória em Rede*, 5(9), 22-37. Universidade Federal de Pelotas.
- Le Goff, J. (1990) *História e memória*. (B. Leitão, Trad.). Campinas: Editora da Unicamp. (Obra original publicada em 1988).
- Lemos, C. A. C. (2010). *O que é Património Histórico*. São Paulo: Editora Brasilense.
- Lessig, L. (2005) *Cultura livre: Como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade*. F. E. Costa (trad.). <https://www.ufmg.br/proex/cpinfo/educacao/docs/10d.pdf>
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Bloomsbury.
- Lopes, F. (2007). As rendilheiras de bilros de Vila do Conde: Como organizam o seu trabalho no presente relativamente ao passado. *Revista da Faculdade de Letras - História*, 3(8), 237-259.
- Lowenthal, D. (1985). *The past is a foreign country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luckman, S. & Thomas, N. (2018). *Craft economies*. Bloomsbury Academic.
- Luís, S.C.A. & Figueira, L.M. (2017). Artesanato e turismo: Artesanato, valorização e desenvolvimento. In *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(27/28), 349-355.
- Manzini, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Editora E-papers.

- Martins, J. de S. (2013). O artesanato intelectual na sociologia. *Revista Brasileira de Sociologia - RBS*, 1(2), 13–48. <https://doi.org/10.20336/rbs.41>
- Melo, A. S. (2001). A organização dos mesteres do Porto em tempos manuelinos: Entre permanências e mudanças. In *Atas do III Congresso Histórico de Guimarães: D. Manuel e a sua época* (pp. 369-389).
- Ministério da Economia. (1996). Decreto-Lei n.º 204/96, de 25 de outubro. *Diário da República*: n.º 248/1996, Série I-A de 1996-10-25, pp. 3754-3756. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/204-1996-226421>
- Ministérios da Economia, da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas, da Educação, da Cultura e da Segurança Social e do Trabalho. (2004, 31 de agosto). Portaria nº 1085/2004. *Diário da República*, I Série-B, nº 205, pp. 5866-5868. <https://files.diariodarepublica.pt/1s/2004/08/205b00/58665868.pdf>
- Ministério da Solidariedade, Emprego e Segurança Social. (2015). Decreto-Lei n.º 121/2015. *Diário da República*: n.º 125/2015, Série I de 2015-06-30, pp. 4532-4537. <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/121-2015-67641480>
- Ministérios das Finanças, da Economia, da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas, da Educação, da Cultura e da Segurança Social e do Trabalho. (2003, 13 de outubro). Portaria nº 1193/2003. *Diário da República*. <https://files.diariodarepublica.pt/1s/2003/10/237b00/67346740.pdf>
- Ministério do Trabalho e da Solidariedade. (2002, 16 de abril). Decreto-Lei nº 110/2002. *Diário da República*, I Série-A, 89. <https://files.diariodarepublica.pt/1s/2002/04/089a00/37033711.pdf>
- Mintzberg, H. (1979). *Structuring of organizations: A synthesis of the research*. Prentice-Hall.
- Muthesius, S. (1998). Handwerk/Kunsth Handwerk, *Journal of Design History* – Special Issue: Craft, Modernism and Modernity, vol. 11, n. 1, 85-91.
- Nora, P. (2008). *Les Lieux de mémoire*. (L. Masello, Trad.). *Los lugares de la memoria*. Uruguai: Ediciones Trilce. (Obra original publicada em 1984).
- Nunes, F. D. C. M. (2012). *Criatividade e inovação em contexto empresarial: Estudo da relação entre as atitudes criativas e as práticas inovadoras em microempresas e PME*. [Tese de Doutoramento, Universidade de Évora]. <http://hdl.handle.net/10174/15019>
- O'Connor, J. (2007). *The cultural and creative industries: A review of the literature* (Report for Creative Partnerships). London: Arts Council England.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). (2005). *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3rd ed.). OCDE Publishing.
- Organização Mundial de Propriedade Intelectual. (n.d.). Home page. <https://www.wipo.int>
- Ortigão, J. D. R. (1896). *O culto da arte em Portugal*. Lisboa: A M Pereira Livreiro-Editor.

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Business model generation: Inovação em modelos de negócios: Um manual para visionários, inovadores e revolucionários*. Rio de Janeiro: Alta Books Editora.
- Parra, P. (2014). As origens do Design português: Design suave. In E. T. Vilar (Coord.), *Design et al – Dez Perspetivas Contemporâneas* (pp. 145-168). D. Quixote.
- Pazetto, A. Z.; Nunes, N. A.; Gonçalves, G. do L. & Menezes, S. B. de. (2022). Abordando o espectro da inovação social: Uma discussão teórico-conceitual. In *Revista de Ciências da Administração*, 24(63). <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2022.e90394>
- Passarelli, B.; Ribeiro, F.; Oliveira, L. & Mealha, O. (2014). Identidade conceitual e cruzamentos disciplinares. In B. Passarelli, A. M. Silva, & F. Ramos (orgs.). *e-Infocomunicação : estratégias e aplicações*. (pp. 79-121). Rio de Janeiro: Senac.
- Peixoto, P. (2000). O património mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas. In *Oficina do Centro de Estudos Sociais*, 155, 23-45.
- Peixoto, R. (1900). *As olarias de Prado*. Porto: Imprensa Moderna. Separata da revista *Portugália*, Tomo I, Fascículo II.
- Peixoto, R. (1990). *Etnografia portuguesa: Obra etnográfica completa* (F. Gonçalves, Org., Prefácio, notas e bibliografia). *Portugal de Perto* (Vol. 20, 2ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Peixoto, R. (1905). *Sobrevivência da primitiva roda de oleiro em Portugal*. In *Portvgalia*, II, p. 77. Porto.
- Peralta, E. & Anico, M. (orgs.). (2006). *Patrimónios e identidades: Ficções contemporâneas*. Oeiras, Celta Editora. (pp. 1-11).
- Pereiro, X. (2006). Património cultural: O casamento entre património e cultura, Adra n. 2. In *Revista dos Sócios do Museu do Povo Galego*. (pp. 23-41).
- Pessanha, D. S. (1906). Tapetes de Arraiolos. *O Arqueólogo Português* XI, 189-197.
- Pessanha, D. S. (1916). Tapetes de Arrayollos. *Revista Terra Portuguesa* 1, 10-29; 59-64; 77-80.
- Pires de Lima, F. (1965). A lenda do senhor do galo de Barcelos e o milagre do enforcado. Lisboa: Gabinete de etnografia da FNAT.
- Pollak, M. (1989). Memória, esquecimento, silêncio. In *Revista Estudos Históricos*, 2, n.3, 3-15. Rio de Janeiro.
- Pollak, M. (1992). Memória e identidade social. In *Revista Estudos Históricos*, 5(10), 200-215. Rio de Janeiro.
- Pombo, O. (1994). Contribuição para um vocabulário sobre interdisciplinaridade (Contribution to a vocabulary of interdisciplinarity). In O. Pombo, T. Levy, & H. Guimarães (Eds.), *A interdisciplinaridade: Reflexão e experiência* (2ª ed., rev. e ampliada, pp. 92-97)

- Pombo, O. (2004). Epistemologia da interdisciplinaridade. In C. Pimenta (Coord.), *Interdisciplinaridade, humanismo, universidade* (pp. 93-124). Porto: Campo das Letras.
- Presidência do Conselho de Ministros. (2015, 30 de junho). Decreto-Lei nº 122/2015. Diário da República, 1.ª série, nº 125, pp. 4537-4541.
<https://files.diariodarepublica.pt/1s/2015/06/12500/0453704541.pdf>
- Raimundo, O. (2015). *António Ferro - O inventor do salazarismo*. Alfragide: Publicações D.Quixote. Versão Kindle.
- Rêgo, P. & Duarte, A. (2023). Certificar produções artesanais sob uma perspetiva construtivista do património. *O Ideário Patrimonial*, 18, 106-123.
- Restivo, M. M. (2022). *Arte popular e artesanato em Portugal: atores, redes e narrativas*. [Tese de doutoramento em Estudos de Património – História da Arte, Universidade do Porto].
- Rodrigues, E. M. (2008). *O Galo de Barcelos. Do mito, do símbolo, do ícone*. Volume I. Lisboa: Universidade Lusíada.
- Rosa, A.M. (2014). *Do Copyright às Marcas Registadas*. Chiado Editora.
- Rosa, A.M. (2019). *Imitação e Desejo: Moda, Marcas e Copyright*. Media XXI/FLUP/CIC.
- Rosas, L. M. C. (2011). A documentação das confrarias medievais como fonte para a História da Arte. In *Atas do Seminário Internacional A Misericórdia de Vila Real e as Misericórdias no mundo de expressão portuguesa*. (pp. 315-323). Porto: Cepese.
- Sales, J. D. C. (2005). Recuperação do património arquitectónico: O caso de Abu Simbel. *Discursos: Língua, Cultura e Sociedade*, III Série, (6), Estudos do Património, 29-66.
- Sant'Anna, M. (2015). Preservação como prática: Sujeitos, objetos, concepções e instrumentos. In M. B. Rezende, B. Grieco, L. Teixeira, & A. Thompson (Orgs.), *Dicionário IPHAN de património cultural* (Vol. 1, pp. 245-279). Brasília: Iphan/Daf/Copedoc.
- Sardo, S. (2014). Fado, Folclore e Canção de Protesto em Portugal: repolitização e (con)sentimento estético em contextos de ditadura e democracia. *Debates – Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Música*, (12).
<https://seer.unirio.br/revistadebates/article/view/3864>
- Sawyer, R. K. (2012). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*. Oxford University Press.
- Serviço Internacional de Museus. (1931). *Carta de Atenas sobre o restauro de monumentos*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014).
<https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/3%20Carta%20de%20Atenas%20restaur%20monumentos%201931.pdf>
- Schumpeter, J. A. (1982). *A Teoria do desenvolvimento económico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Sennett, R. (2019). *O artífice*. (C. Marques, Trad.). [Versão ePub]. Rio de Janeiro: Record. (Obra original publicada em 2008).

- Silva, A.M. (2006). *A Informação da compreensão do fenómeno e construção do objeto científico*. Cetac.media/Edições Afrontamento.
- Skounti, A. (2009). The authentic illusion: Humanity's intangible cultural heritage, the Moroccan experience. In L. Smith & N. Akagawa (Eds.), *Intangible Heritage* (pp. 74-92). Routledge.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. London: Routledge.
- Smith, L. (2021). Desafiando o discurso autorizado de património. *Caderno Virtual de Turismo*, 21, 140-154. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.21n2.2021.1957>
- Smith, L. & Akagawa, N. (2009). *Intangible Heritage*. Key Issues in Cultural Heritage. Routledge.
- Teece, D.J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15 (6), 285-305.
- Throsby, D. (2004). *Economics and culture*. Cambridge University Press. (Obra original publicada em 2001).
- Torrico, J. (2006). Património e discursos identitários. In E. Peralta & M. Anico (Orgs.), *Patrimónios e identidades: Ficções contemporâneas* (pp. 21-34). Oeiras: Celta Editora.
- Tushman, M. L. & O'Reilly III, C. A. (1997). *Winning through innovation: A practical guide to leading organizational change and renewal*. Harvard Business Press.
- UNESCO. (1954). *Convenção da Haia para a proteção dos bens culturais em caso de conflito armado*. Haia, Países Baixos. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). <https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/7%20Convenção%20da%20Haia%20conflito%20armado%20-%20UNESCO%201954.pdf>
- UNESCO. (1972). (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). <https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/16%20Convenção%20proteção%20do%20património%20mundial%20-%20UNESCO%201972.pdf>
- UNESCO. (1989). *Recomendação para a salvaguarda da cultura tradicional e popular*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). <https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/30%20Recomendação%20cultura%20popular%20-%20UNESCO%201989.pdf>
- UNESCO. (2003). *Convenção para a salvaguarda do património cultural imaterial*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). <https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/44%20Convenção%20património%20imaterial%20-%20UNESCO%202003.pdf>
- UNESCO, ICCROM, & ICOMOS. (1994). *Documento de Nara sobre a autenticidade do património cultural*. (F. Lopes e M. B. Correia, Trans.). (2014). <https://www.icomos.pt/images/pdfs/2021/35%20Documento%20de%20Nara%20sobre%20autenticidade%201994.pdf>
- UNESCO & Smithsonian Center for Folklife and Cultural Heritage. (1999). Programa do Smithsonian Folklife Festival. <https://folklife-media.si.edu/docs/festival/program-books/FESTBK1999.pdf>

Vilaça, R. (2007). Considerações sobre cerâmicas pré e proto-históricas do território português. In *Actas do Seminário A produção de cerâmica em Portugal: Histórias com futuro* (pp. 7-25). Museu de Olaria, Câmara Municipal de Barcelos.