

DOI: <https://doi.org/10.54663/2182-9306.2025.SpecialIssueMBP.118-138>

Artigo de Pesquisa

O papel das TIC na promoção da sustentabilidade sociocultural percecionado por artesãos de turismo criativo

Arturo Sousa *

Filipa Brandão **

RESUMO

Os artesãos de destinos turísticos criativos contribuem para a diversificação da oferta turística e para a satisfação turística. Estes stakeholders são influenciados pelas Tecnologias de Informação e Comunicação que, por sua vez, desempenham um papel relevante na promoção da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos. Este trabalho visa analisar o papel das TIC percecionado pelos artesãos para a promoção da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos. Metodologicamente foram realizadas 30 entrevistas semiestruturadas a artesãos das localidades portuguesas de Barcelos e de Óbidos. A sustentabilidade sociocultural foi avaliada em torno dos construtos de aprendizagem, divulgação do património, envolvimento da comunidade local, igualdade e inclusão, inovação, preservação do património, resiliência, satisfação e vitalidade. As limitações deste estudo residem na realização das entrevistas por telefone, na existência de contactos inválidos dos artesãos certificados pelas entidades municipais e na adoção de alguns construtos de sustentabilidade sociocultural. Como principais resultados, existem diferenças significativas entre ambas as localidades, tanto no número de artesãos como nas suas perceções e comportamentos relativamente às TIC. Dos 10 pressupostos criados, dois deles são rejeitados, porque a maioria dos artesãos entrevistados não utiliza as TIC para promoverem o envolvimento da população local nas experiências criativas existentes e estes stakeholders também não utilizam as TIC para promoverem a inovação da sua oferta. É necessário consciencializar estes stakeholders para as potencialidades das TIC na promoção da sustentabilidade sociocultural.

Palavras-chave: TIC, Sustentabilidade Sociocultural, Artesãos, Turismo criativo, Perceções.

Agradecimentos: Esta investigação foi apoiada pela Bolsa de Doutoramento SFRH/BD/151158/2021 financiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), e com fundos do Orçamento de Estado (OE), no âmbito do Programa MIT Portugal.

* Escola Superior de Tecnologias e Gestão, Universidade da Madeira, Funchal, Portugal. E-Mail: Arturo.sousa@ua.pt

** Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal. E-Mail: filipa.brandao@ua.pt

The role of ICT in sociocultural sustainability perceived by creative tourism artisans

ABSTRACT

Artisans in creative tourist destinations contribute to the diversification of tourism offerings and to tourist satisfaction. These stakeholders are influenced by Information and Communication Technologies, which in turn play a relevant role in promoting the sociocultural sustainability of creative tourist destinations. This study aims to analyze the role of ICTs perceived by artisans in promoting the sociocultural sustainability of creative tourist destinations. Methodologically, 30 semi-structured interviews were conducted with artisans from the Portuguese towns of Barcelos and Óbidos. Sociocultural sustainability was assessed around the constructs of learning, heritage dissemination, local community involvement, equality and inclusion, innovation, heritage preservation, resilience, satisfaction and vitality. The limitations of this study lie in the fact that the interviews were conducted by telephone, in the existence of invalid contacts of artisans certified by municipal entities and in the adoption of some sociocultural sustainability constructs. The main results show that there are significant differences between the two locations, both in the number of artisans and in their perceptions and behaviors regarding ICT. Of the 10 assumptions created, two of them are rejected, because most of the artisans interviewed do not use ICT to promote the involvement of the local population in existing creative experiences and these stakeholders also do not use ICT to promote innovation in their offer. It is necessary to raise awareness among these stakeholders about the potential of ICT in promoting sociocultural sustainability.

Keywords: ICT, Sociocultural Sustainability, Artisans, Creative Tourism, Perceptions.

Received on: 2024.10.20

Approved on: 2025.03.16

Evaluated by a double-blind review system

1. INTRODUÇÃO

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), como tecnologias da moda (Buhalis, et al., 2023), permitem criar, capturar, manipular, comunicar, trocar e apresentar informações (Ruiz-Molina et al., 2010). As TIC detêm um valor acrescentado ao nível social, económico, político e cultural (Nigg & Peters, 2022), assim como o seu potencial não tem sido devidamente analisado sob o ponto de vista da sustentabilidade e sob as perceções e comportamentos de vários stakeholders turísticos, tendo como exemplo os artesãos ou criativos de destinos turísticos.

Os artesãos de destinos turísticos criativos, podendo ser membros das comunidades locais, por residirem e trabalharem nesses destinos, têm um papel relevante na sustentabilidade dos destinos (Bakas et al., 2018). Estes artesãos podem expressar tradições, memórias, valores culturais de um território, pelo que podem contribuir para a promoção do turismo no geral (Sarantoua et al., 2021). As TIC, através dos estudos de Beca et al. (2019), Buhalis e O'Connor (2005), Grybauskas et al. (2022), Kumar et al. (2019), Mandic e Pranicevic (2019), Naramski (2020), Nigg e Peters (2022), Pierdicca et al. (2019), Ramos et al. (2020), Ramos-Soler et al. (2019), Sadiq et al. (2022), assim como Zhao et al. (2023), revelaram ter impactos positivos ao nível da procura turística, da oferta turística e dos destinos turísticos. Esses três níveis compreendem todas as dimensões da sustentabilidade, sendo que este estudo destaca a dimensão sociocultural através de 10 construtos identificados. Neste contexto, o objetivo deste manuscrito é analisar o papel das TIC percebido pelos artesãos para a promoção da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos. Este manuscrito inclui uma introdução; uma revisão da literatura que permite a identificação dos pressupostos desta investigação; a metodologia aplicada na obtenção e na análise dos dados e finaliza com a análise e discussão dos dados, tal como com as conclusões.

2. AS TIC, A SUSTENTABILIDADE E OS ARTESÃOS DE TURISMO CRIATIVO

2.1 O papel das TIC na atualidade

A atual era da tecnologia digital e inteligente influencia significativamente as expectativas das pessoas sobre serviços e produtos técnicos nas várias áreas das sociedades (Wei et al., 2023). Neste contexto, existem cada vez mais indivíduos tecnófilos que dependem e valorizam a tecnologia existente (Kansakar et al., 2019). Nesta era, as TIC impõem-se como infraestruturas (Rosa-Jiménez & García-Moreno, 2018), ferramentas e dispositivos (Medina & Plaza, 2015), incluindo estruturas como a rádio, a televisão, assim como as tecnologias digitais mais recentes como os computadores e a internet. Neste contexto, as TIC exercem de forma direta e indireta um papel intermediário para a promoção de benefícios variados nas distintas sociedades do globo.

Entre os vários benefícios das TIC é de elucidar que estas podem contribuir para o desenvolvimento das diferentes dimensões da sustentabilidade, uma vez que as TIC podem aumentar a qualidade de vida das comunidades (e.g., Naramski, 2020; Ramos et al., 2020); criar novas oportunidades de trabalho (e.g., Buhalis & O'Connor, 2005; Grybauskas et al., 2022); influenciar a colaboração entre governos e entre empresas (e.g., Zhao et al., 2023); facilitar a preservação, a gestão e a divulgação do património, das identidades e dos valores locais (e.g., Beca et al., 2019; Nindito et al., 2021); melhorar a cooperação local (e.g., Buhalis & O'Connor, 2005); possibilitar a redução da superlotação em áreas urbanas (e.g., Buhalis & O'Connor, 2005); promover a tolerância à diferença, à equidade e à participação dos indivíduos (e.g., Grybauskas et al., 2022); valorizar o desenvolvimento de regiões desfavorecidas (e.g., Grybauskas et al., 2022) e viabilizar o envolvimento e a aprendizagem entre visitantes e residentes (e.g., Ramos et al., 2020).

2.2 Os artesãos do turismo criativo e o papel das TIC nos construtos de sustentabilidade sociocultural

O turismo criativo é encarado como um tipo de turismo de nicho (Aquino & Burns, 2021) e é um tipo de turismo cultural (Richards, 2010; 2020) que aumenta a atratividade de um território através da valorização de seus recursos endógenos (Gato et al., 2020). Neste contexto, os artesãos assumem-se como importantes agentes de valorização dos recursos endógenos de destinos turísticos criativos (Bakas et al., 2018), sendo que estes têm sido alvo de investigações com maior incidência em contexto rural (Azharunnisa et al., 2022).

Os artesãos, como indivíduos com talentos ou habilidades, são agentes que podem depender da atividade e dos comportamentos de visitantes (Palencíková & Csapó, 2021), bem como têm um papel ativo na promoção do desenvolvimento sociocultural e económico de destinos turísticos criativos (Bakas et al., 2018). Este stakeholder muitas vezes precisa de apoios concretos por parte

de agentes específicos, uma vez que nem sempre domina línguas estrangeiras, comprometendo o contacto com potenciais clientes (Azharunnisa et al., 2022).

O papel dos artesãos no turismo criativo é também vinculado noutros contributos, uma vez que, estes coadjuvam positivamente para a preservação de patrimónios culturais diversos, assim como na reinvenção e/ou revitalização de lugares, tanto que representam ou usam saberes que tendem a passar de geração em geração (Ratten et al., 2019).

Por conseguinte, o aumento da concorrência global e os evidentes avanços tecnológicos desencadearam mudanças significativas na fabricação, distribuição e comercialização da atividade de artesãos das várias categorias do artesanato (Venkataramanaiah & Nidugala, 2016). A este respeito, destacam-se as TIC como grandes influenciadoras da atividade dos artesãos e com evidentes capacidades para conectar os artesãos no mercado (Mehta & Kalra, 2006). Benard e Dulle (2017), no seu estudo contextualizado na região da Índia, identificaram alguns desafios no uso das TIC por parte de artesãos que podem ser considerados de transversais a artesãos de outras áreas do globo, sobressaindo os seguintes: (i) falta de conhecimento sobre o uso das TIC; (ii) alto custo de aquisição e manutenção das TIC; (iii) constrangimentos ao nível da linguagem utilizada nas TIC; (iv) ausência de competências e de formações sobre o uso das TIC no acesso à informação; (v) poucos investimentos para empreender nas TIC e (vi) ausência de apoio de governos.

No domínio da sustentabilidade sociocultural através do turismo, todos os tipos de turismo serão socialmente e culturalmente sustentáveis se: forem refletidos os aspetos positivos e os efeitos negativos que esta atividade humana pode desencadear nas condições e na qualidade de vida das comunidades de acolhimento (Ferrari et al., 2021); não danificarem a cultura e as tradições locais (Mayuzumi, 2022); basearem-se em princípios de igualdade, equidade e justiça (Nishimura et al., 2020); privilegiarem todo o tipo de vida, pensamento, produto, prática, significado, símbolo e representação do ser humano (Terkenli & Georgoula, 2022). Assim, entende-se que a sustentabilidade sociocultural evidencia a relação entre os seres humanos e o ambiente que os envolve.

Atendendo às características dos artesãos, do turismo criativo e o possível papel das TIC como influenciadoras e promotoras da atividade dos artesãos, do turismo criativo e dos elementos de sustentabilidade sociocultural, a Tabela 1 compreende os vários construtos de sustentabilidade

sociocultural que foram identificados pela literatura da área. Estes construtos condicionam a atividade dos artesãos e ao mesmo tempo podem ser promovidos pela atividade dos artesãos.

Tabela 1. Construtos identificados da sustentabilidade sociocultural

Conceito	Significado	Exemplo de estudos
Aprendizagem	Ferramenta indispensável para aprender, lidar e beneficiar de características, desafios e oportunidades de grupos sociais e das culturas das sociedades.	Duxbury (2021b); Endere & Zulaica (2015); Toubes & Vargas-Sanchez (2021).
Criatividade e inovação	São áreas intrinsecamente ligadas entre si, podendo garantir benefícios diversos para os diversos grupos sociais e para as diversas culturas das sociedades.	Choit et al. (2020); Stylianou-Lambert et al. (2014).
Património cultural	De carácter material e/ou imaterial significa os bens que existem, representam, caracterizam e regem determinadas culturas e grupos sociais.	Mayuzumi (2022); Poort et al. (2021).
Inclusão e igualdade social e/ou cultural	Diz respeito a um princípio no qual todas as culturas e todos os grupos sociais e culturas devem ser respeitados e aceites com todas as suas características dentro das sociedades em que coexistem.	Choi et al. (2020); Ferrari et al. (2021); Kalvani et al. (2021); Lacerda & Mecca (2020).
Participação social e/ou cultural	Também encarado como envolvimento social e/ou cultural comunitário, permite o empoderamento como processo no qual indivíduos diversos moldam a sua própria realidade vivida e permitem uma integração de elementos económicos, sociais, culturais, psicológicos e políticos das sociedades.	Azharunnisa et al. (2022); Li et al. (2021a); Özgüt et al. (2022); Roberts (2022).
Preservação do património local	É o conjunto de todas as ações de preservação dos patrimónios materiais e/ou imateriais das sociedades, sendo que assume um caráter multidisciplinar e envolve várias etapas e processos.	Duxbury (2021b); Ferrari et al. (2021); Khoo (2022).
Resiliência social e/ou cultural	É entendida como a capacidade de lidar com a mudança, superar desafios e pressões diversas entre grupos sociais e/ou culturas.	Helgadottir et al. (2019); Stylianou-Lambert et al. (2014).
Satisfação	Refere-se ao estado positivo de alguém em relação a pelo menos um elemento ao nível social, cultural, ambiental, entre outros.	Ferrari et al. (2021); Khoshtaria et al. (2024).
Vitalidade	Os grupos sociais e todos os agentes culturais devem procurar a vitalidade, portanto devem procurar ser vitais, fortes, energéticos, robustos, dinâmicos e	Duxbury (2021b); Endere & Zulaica (2015); Kalvani et al. (2021).

	adaptáveis aos múltiplos ambientes como são exemplos os ambientes económicos, ecológicos e políticos.	
--	---	--

Fonte: Elaboração própria

2. METODOLOGIA

Este manuscrito adotou uma abordagem metodológica qualitativa dado que foram realizadas entrevistas a artesãos de Barcelos e de Óbidos até ser atingido o ponto de saturação, o que se concretizou em 30 entrevistas semiestruturadas. As localidades apresentam considerável disparidade na quantidade de artesãos e na diversidade de modalidades de artesanato, sendo que é Barcelos a localidade portuguesa com maior número de artesãos (130 artesãos certificados em Barcelos e 20 artesãos certificados em Óbidos) e com maior diversidade de áreas do artesanato. As entrevistas foram efetuadas por telefone entre abril e maio de 2023 devido aos seguintes aspetos: (i) número extenso da população de artesãos e empresas criativas; (ii) localidades estudadas em contextos geográficos bastante diferentes; (iii) considerou-se útil e apropriado este método para atingir um número considerável de respostas.

A escolha das localidades portuguesas ocorreu porque ambas são Cidades Criativas da UNESCO (Barcelos Cidade Criativa do Artesanato e Arte popular e Óbidos, Cidade Criativa da Literatura). Estes dois domínios criativos têm evidente ligação com o turismo e paralelamente devem ser mais estudados na literatura da área (Arcos-Pumarola et al., 2023). Todavia, Barcelos e Óbidos são localidades com uma vertente turística criativa evidente, dinâmica e em ascensão, pelo que, tornam-se localidades que podem e devem ser investigadas no contexto turístico em geral e em particular no contexto criativo.

Com base na revisão da literatura anteriormente explanada, foram definidos 10 pressupostos (P) que são avaliados com a análise e a discussão dos resultados das entrevistas realizadas. Seguem-se os pressupostos definidos:

P1 – Nos destinos turísticos criativos, as TIC promovem a aprendizagem de conhecimentos por parte de artesãos.

P2 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para divulgarem o património e as experiências criativas existentes.

P3 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem o envolvimento da população local nas experiências criativas existentes.

P4 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a igualdade social e cultural através da realização de experiências criativas.

P5 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a inclusão social através da realização de experiências criativas.

P6 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a inovação da sua oferta.

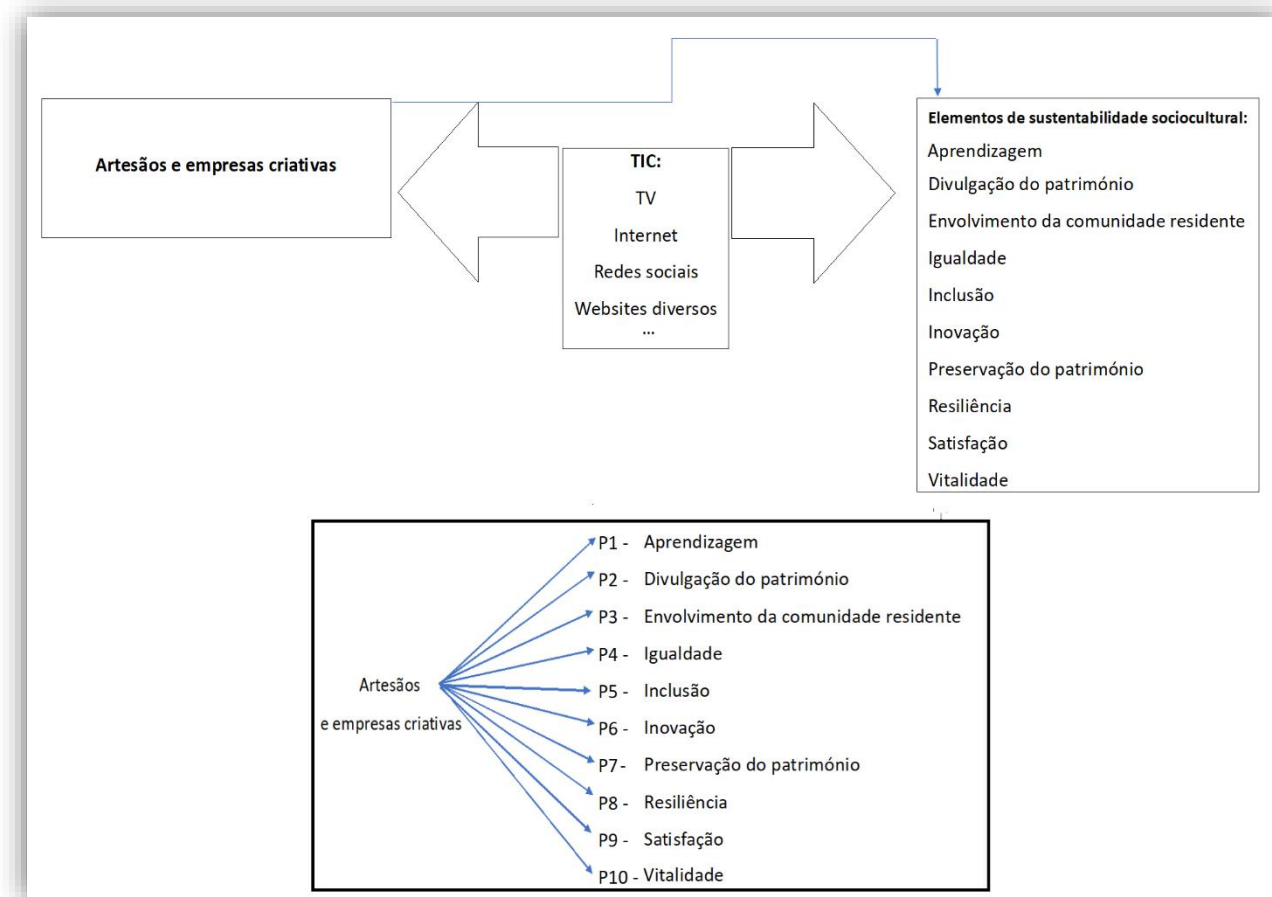
P7 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a preservação do património.

P8 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para aumentarem a sua resiliência.

P9 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos consideram as TIC como um meio de divulgação da satisfação dos visitantes criativos.

P10 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para aumentarem a vitalidade da sua oferta.

Identificados os pressupostos anteriores, esta investigação analisa o papel das TIC percebido pelos artesãos para a promoção da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos. Direta e indiretamente, as TIC condicionam a atividade dos artesãos e empresas criativas, assim como podem ter um papel decisivo para que vários elementos de sustentabilidade sociocultural ocorram nos territórios. Consequentemente, os artesãos também são capazes de promover os elementos de sustentabilidade sociocultural que podem ocorrer nos vários destinos turísticos existentes (Figura 1).



Legenda: P - Pressuposto

Figura 1. Modelo da Investigação
Fonte: Elaboração própria

As questões idealizadas das entrevistas configuraram-se nos 10 construtos de sustentabilidade sociocultural – aprendizagem, divulgação do património, envolvimento da comunidade local, igualdade e inclusão, inovação, preservação do património, resiliência, satisfação e vitalidade. Sendo configuradas em três sessões: (i) percepções gerais sobre as TIC; (ii) envolvimento da comunidade local e (iii) informações sobre a atividade e clientes.

Relativamente à análise das entrevistas, esta ocorreu com o suporte do software webQDA, depois da transcrição das entrevistas gravadas, sendo que os construtos analisados foram considerados confirmados quando pelo menos 50% das respostas obtidas foram positivas.

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1 Caracterização geral dos entrevistados

Barcelos e Óbidos apesar de deterem uma identidade própria relativa ao turismo criativo, apresentam dinâmicas diferentes ao nível da oferta e da procura turística geral, uma vez que Óbidos é considerado um destino turístico mais maduro, com maior procura e oferta turística do que Barcelos (INE, 2023). Por outro lado, ao nível do artesanato, Barcelos destaca-se de forma mais positiva do que Óbidos porque detém um maior número de artesãos certificados pela respetiva câmara municipal e, nesse sentido, apresenta maior diversidade de produções artesanais.

Apesar de vários contactos telefónicos encontrados nos websites das câmaras municipais de Barcelos e de Óbidos estarem desativados ou fora de serviço, assim como, nem todos os telefonemas não atendidos, tivessem sido retornados, no total foram realizadas com sucesso 30 chamadas telefónicas.

Os 30 artesãos entrevistados estavam inseridos nas diversas áreas do artesanato como o barro e a cerâmica, a cestaria e vimes, a madeira e derivados, os ferros e derivados, o bordado e a tecelagem, assim como o artesanato contemporâneo que integra peças de produções diversas. O barro/cerâmica foi a área com maior representatividade, com 10 entrevistados, sucedendo o artesanato contemporâneo com sete entrevistados e, por último, apenas dois artesãos na área do ferro e derivados foram entrevistados (Figura 2).

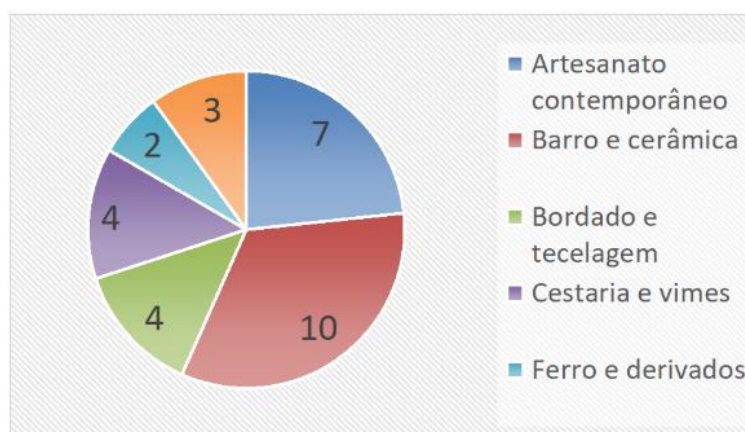


Figura 2. Número de entrevistados por área do artesanato

Fonte: Elaboração própria

Embora existam mais artesãos certificados em Barcelos, em Óbidos, os artesãos certificados entrevistados (73%) tendem a ter mais do que apenas um ofício ou trabalho. Já em Barcelos, a

percentagem de artesãos detentores de outras atividades profissionais além do artesanato é bastante inferior com 32%.

No uso das TIC, é de referir que os artesãos de Barcelos e de Óbidos utilizam como principais TIC as redes sociais, nomeadamente o Facebook e o Instagram.

3.2 Confirmação dos pressupostos criados

Sendo que da revisão da literatura efetuada resultaram 10 pressupostos, dos quais empiricamente foram confirmados oito e rejeitados dois pressupostos. Apresentam-se de seguida os resultados.

P1 – Nos destinos turísticos criativos, as TIC promovem a aprendizagem de conhecimentos por parte de artesãos.

Através das TIC é possível aceder a um conjunto de informações e de dados diversificados que permitem, entre vários benefícios, a aprendizagem, a atualização e a divulgação do conhecimento e das experiências (Pierdicca et al., 2019). As TIC para os artesãos entrevistados demonstraram ser positivas para o desenvolvimento de ideias, da aprendizagem sobre o ofício e de produtos e serviços variados, dado que 77% dos artesãos entrevistados mencionaram que as TIC são fundamentais para terem ideias ou aprenderem alguma coisa. Todavia, 23% dos artesãos entrevistados indicaram que não consideram as TIC importantes para terem ideias ou aprenderem alguma coisa para o seu ofício. Em termos comparativos, Barcelos e Óbidos apresentaram semelhanças entre os artesãos entrevistados que utilizavam as TIC para terem ideias e aprenderem alguma coisa relativamente ao seu ofício.

P2 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para divulgarem o património e as experiências criativas existentes.

As TIC detêm um papel cada vez mais importante e eficaz na divulgação do património das localidades, no qual, as redes sociais destacam-se nesse processo. As TIC podem cativar diferentes tipos de pessoas com várias idades, nacionalidades e culturas (Vergara et al., 2021), pelo que, tendo em conta que a divulgação do património natural e/ou cultural deve ser um processo contínuo (Alves et al., 2022), o benefício das TIC neste processo deve acontecer de forma integrada com vista a sinergias colaborativas entre diferentes parceiros (Mantini, 2019). A divulgação do trabalho dos artesãos entrevistados é realizada maioritariamente pelos próprios. Os entrevistados indicaram que difundem o trabalho de parceiros ou colegas (50%), apesar de fazerem-no de forma esporádica por gostarem de alguma particularidade dos trabalhos dos seus colegas/parceiros. Alguns artesãos entrevistados divulgaram que a sua atividade profissional envolve muito tempo para a elaboração

dos seus produtos, aspeto que lhes limita o tempo para divulgar o seu trabalho ou de outros. Em termos comparativos, os artesãos entrevistados de Óbidos tendem a divulgar mais o trabalho dos seus colegas de profissão em comparação com os artesãos entrevistados de Barcelos.

P3 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem o envolvimento da população local nas experiências criativas existentes.

As TIC podem promover de múltiplas formas a relação entre residentes e turistas de destinos turísticos (Ramos et al., 2020). Os residentes dos destinos turísticos, através das TIC, podem ser dotados de ferramentas importantes para a dinamização do turismo local, quer através da preservação e divulgação do património, quer através do aconselhamento e das informações prestadas aos visitantes dos destinos (Nomnian et al., 2020). Neste estudo, alguns artesãos entrevistados indicaram que não comunicam com a comunidade local para que estas os ajudem ou participem nas suas atividades. As TIC no contexto do envolvimento da comunidade local têm o papel de divulgar o trabalho dos artesãos embora de forma pouco expressiva na opinião dos artesãos. Em menor percentagem, a comunidade local divulga o trabalho de artesãos quando solicitado por estes (47%). Contudo, uma grande percentagem de artesãos entrevistados (53%) indicou que a comunidade local não ajuda nem participa na realização das suas atividades. Em termos comparativos, os artesãos de ambas as localidades possuíram semelhanças nesta questão.

P4 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a igualdade social e cultural através da realização de experiências criativas.

P5 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a inclusão social através da realização de experiências criativas.

Cada vez mais, as TIC possuem a capacidade de promoverem a inclusão e a igualdade entre pessoas das sociedades (Nigg & Peters, 2022). Sejam visitantes, sejam residentes ou outros stakeholders turísticos de destinos, todos podem beneficiar das TIC como ferramentas cada vez mais abrangentes e de maior facilidade de acesso (Nigg & Peters, 2022). Assim sendo, neste estudo, os artesãos entrevistados tendem a receber clientes com algum tipo de deficiência, sendo que uma grande percentagem de artesãos entrevistados (83%) consideraram que as TIC podem facilitar na atração de diferentes tipos de cliente e até pessoas com deficiências diversas. A maior parte dos artesãos entrevistados (90%) mencionou que não recorre a nenhuma ferramenta tecnológica para permitir que pessoas com deficiências participe nas atividades que oferecem.

P6 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a inovação da sua oferta.

As TIC contribuem positivamente para a inovação de produtos e serviços (Marino & Pariso, 2021). Neste estudo, as TIC não foram consideradas muito importantes para os artesãos, pois, quando questionados se utilizavam as TIC para aceder a informação e a conhecimento que lhes possibilitasse inovar nos produtos e serviços que oferecem aos seus clientes ou visitantes, a maioria dos artesãos entrevistados (60%) revelou que não, embora 40% dos artesãos entrevistados considerassem as TIC importantes para inovarem. Em termos comparativos, os artesãos entrevistados de Óbidos destacaram-se positivamente na utilização das TIC para inovar, com representatividade de 58% dos artesãos entrevistados.

P7 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a preservação do património.

As TIC promovem a preservação do património, tal como são importantes agentes de divulgação dos vários patrimónios existentes pelo mundo (Alves et al., 2022). No estudo de Nindito et al. (2018), os autores esclareceram que os patrimónios turísticos dos destinos podem ser preservados a partir das TIC, quer através de métodos mais tradicionais como a fotogrametria, o armazenamento de documentos digitais e a digitalização 3D ou através da realidade virtual ou aumentada. Nesta investigação, a perceção dos artesãos entrevistados sobre o papel das TIC na preservação do património é bastante díspar. Alguns artesãos entrevistados (60%) mencionaram que as TIC têm um papel positivo e direto na preservação do património, tal como, 20% dos artesãos entrevistados indicaram que as TIC não têm esse papel, outros reconheceram esse papel positivo nas TIC mas não dominam esse assunto (13%) e, por último, 7% dos artesãos entrevistados relataram que não sabiam responder a esta questão. Atendendo que todas as pessoas podem e devem preservar os vários tipos de patrimónios turísticos existentes, quando os artesãos entrevistados foram questionados se utilizavam as TIC para preservar o património das suas respetivas localidades, a maioria (70%) respondeu positivamente à questão. Por contraste, 30% dos artesãos entrevistados mencionaram que não utilizavam as TIC para preservar o património ou que não sabiam responder a esse assunto. Em termos comparativos, não existiram diferenças significativas entre os artesãos entrevistados de ambas as localidades.

P8 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para aumentarem a sua resiliência.

As TIC demonstram ter um papel bastante positivo na resiliência dos destinos turísticos devido aos benefícios que a sua utilização propicia tanto na procura, como na oferta dos destinos (Grybauskas et al., 2022). Neste estudo, 83% dos artesãos entrevistados perceberam que as TIC contribuem positivamente para aumentar a resiliência, enquanto que 17% dos artesãos entrevistados mencionaram que as TIC não contribuem positivamente para aumentar a resiliência. O exemplo mais evidenciado pelos artesãos entrevistados foi o Covid-19. Nesse período pandémico, 67% dos artesãos entrevistados indicaram que a internet e as redes sociais foram bastante úteis e dinamizaram a sua atividade, embora ao nível de vendas, as TIC não tivessem representado uma dinâmica tão significativa. Em termos comparativos não existiram diferenças significativas entre os artesãos de ambas as localidades.

P9 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos consideram as TIC como um meio de divulgação da satisfação dos visitantes criativos.

As TIC condicionam significativamente o comportamento de turistas e/ou visitantes de localidades (Naramski, 2020; Ramos et al., 2020). No que ao comportamento dos clientes dos artesãos entrevistados deste estudo diz respeito, é quase unânime que os clientes dos artesãos expõem a sua satisfação através das TIC (83%). Todavia, são as redes sociais as principais TIC como ferramentas de exposição da satisfação de clientes, uma vez que os clientes dos artesãos entrevistados, tanto usam as páginas pessoais/profissionais dos artesãos, como também usam outras páginas de âmbito institucional como é o caso das redes sociais de entidades como as câmaras municipais e entidades regionais de turismo. Em termos comparativos não se registaram diferenças significativas entre os artesãos entrevistados das duas localidades portuguesas.

P10 – Nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para aumentarem a vitalidade da sua oferta.

Outro contributo cada vez mais evidente das TIC, prende-se na promoção da vitalidade dos destinos turísticos (Sadiq et al., 2022). As TIC, além de poderem conectar os artesãos no mercado (Mehta & Kalra, 2006), permitem a disponibilização de informações e contactos diversos com formas cada vez mais diretas e intuitivas (Ramos et al., 2020). Nesta investigação, ao nível da vitalidade, as TIC apresentaram uma influência díspar. Primeiramente, 63% dos artesãos entrevistados consideraram que as TIC contribuem positivamente para serem mais dinâmicos e

desenvolverem o seu talento, porém, 37% dos artesãos entrevistados encararam as TIC como ferramentas não tão importantes neste contexto. Comparativamente não existiram diferenças significativas entre os artesãos entrevistados de ambas as localidades.

Por fim, A diferenciação no uso das TIC, caracterizada por uma abordagem mais digitalizada em Óbidos e uma abordagem mais tradicional e artesanal em Barcelos, confere singularidade às experiências de turismo criativo dessas localidades. Enquanto Óbidos se destaca pela integração das TIC na promoção turística, facilitando o acesso a informações e ampliando a interação dos visitantes com o destino, Barcelos preserva um modelo mais tradicional, o qual valoriza o contato direto com os artesãos e a autenticidade dos processos de produção. Esta distinção influencia a forma como os turistas vivenciam o destino, assim como a sustentabilidade e a competitividade do turismo criativo em cada local.

Em suma, através das percepções dos artesãos entrevistados, o papel das TIC para a sustentabilidade sociocultural dos destinos turísticos criativos incide na promoção positiva dos construtos da aprendizagem, da divulgação do património, da igualdade social e cultural, da inclusão social, da preservação do património, da resiliência, da satisfação e da vitalidade. Por contraste, nos destinos turísticos criativos, os construtos que não são promovidos positivamente através das percepções dos artesãos entrevistados são o envolvimento da comunidade local e a inovação. Neste contexto, atendendo aos resultados analisados, o pressuposto 3 (P3), referente ao envolvimento da comunidade local e o pressuposto 6 (P6), relativo à inovação, foram rejeitados.

4. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES

As TIC constituem instrumentos e ferramentas cada vez mais utilizadas para criar, capturar, manipular, comunicar, trocar, apresentar e usar informações diversas em diferentes tempos e espaços do globo. Estas potencializam todas as dimensões da sustentabilidade com a promoção direta e indireta de benefícios na procura, na oferta e nos destinos territoriais onde se fazem sentir. Na perspetiva da sustentabilidade sociocultural, as TIC podem contribuir para a promoção da aprendizagem entre stakeholders, a divulgação do património, o envolvimento da comunidade local, a igualdade e a inclusão, a inovação, a preservação do património, a resiliência, a satisfação e a vitalidade.

Os artesãos influenciam a sustentabilidade sociocultural de destinos sobretudo ao nível da aprendizagem entre stakeholders, da divulgação do património, do envolvimento da comunidade

local, da igualdade e da inclusão, da inovação, da preservação do património, da resiliência, da satisfação e da vitalidade.

Neste estudo destacou-se o papel relevante dos artesãos no contexto de destinos turísticos criativos de Portugal Continental. Barcelos e Óbidos são localidades portuguesas que apresentam uma dinâmica importante ao nível do turismo criativo em contexto nacional português. Confirmam-se oito dos 10 pressupostos criados, dado que os resultados deste estudo refutam que nos destinos turísticos criativos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem o envolvimento da população local nas experiências criativas existentes e que nos mesmos destinos turísticos, os artesãos utilizam as TIC para promoverem a inovação da sua oferta.

Considera-se que o que está a impedir os artesãos de adotarem de forma mais eficaz as TIC em prol dos construtos de sustentabilidade sociocultural identificados, é a própria percepção que estes artesãos apresentam relativamente aos benefícios que as TIC podem desempenhar na sua atividade. Neste contexto, este estudo, ao confirmar as potencialidades das TIC na promoção da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos, recomenda aos artesãos a tirarem melhor proveito das potencialidades das TIC particularmente ao nível dos construtos não confirmados com o estudo empírico, portanto, ao nível do envolvimento da comunidade local e da inovação. Esse melhor proveito que deve ser realizado por parte dos artesãos também beneficiará a sua atividade através da sua divulgação, valorização e, eventualmente, da sua inovação.

Em termos comparativos, existiram algumas diferenças relevantes que foram registadas a partir das percepções dos entrevistados de ambas as localidades. Destaca-se que em Óbidos, o artesanato é uma atividade secundária ou complementar para os artesãos certificados entrevistados, enquanto que, em Barcelos, o artesanato assume-se em grande expressão como atividade única dos artesãos entrevistados. Óbidos sobressai também por existir uma maior expressão de artesãos que: (i) têm websites próprios para divulgação dos seus produtos e serviços criativos; (ii) divulgam mais o trabalho de colegas de profissão; (iii) utilizam mais as TIC para inovar e (iv) consideram as TIC positivas para a venda de produtos.

As limitações existentes deste estudo são assentes na realização das entrevistas por telefone porque esta opção condicionou o diálogo existente entre os artesãos e os investigadores. Além disso, vários contactos telefónicos encontrados nos websites das câmaras municipais de Barcelos e de Óbidos estavam desativados ou fora de serviço, assim como, nem todos os telefonemas não atendidos foram retornados. O foco em 10 construtos de sustentabilidade sociocultural pode ser

encarado como outra limitação, uma vez que existem outros construtos como a qualidade de vida que se inserem na dimensão sociocultural da sustentabilidade.

Futuros estudos poderão concentrar-se nos mesmos construtos de sustentabilidade sociocultural conjugando o papel mediador e promotor das TIC no contexto de outros tipos de turismo e inclusivamente deverão ser analisados outros construtos de sustentabilidade sociocultural, assim como de outras dimensões de sustentabilidade como são exemplos a coesão social e cultural, a justiça social e a qualidade de vida. Não obstante, atendendo ao caráter subjetivo dos dados recolhidos pelas entrevistas realizadas, futuros estudos desta área poderão aumentar a fiabilidade dos resultados através da implementação de técnicas de validação de dados, como a triangulação ou as entrevistas de seguimento. Também, sugere-se que existam estudos longitudinais para acompanhar a evolução do uso das TIC em cada local.

Com os resultados obtidos, espera-se consciencializar os próprios artesãos e as empresas criativas para as potencialidades que as TIC poderão ter, tanto ao nível da sua atividade, quanto ao nível da sustentabilidade sociocultural de destinos turísticos criativos. Por outro lado, entende-se que as câmaras municipais devem apostar numa maior literacia ao nível do uso e da diversificação das TIC nos territórios que exercem a sua influência. Deste modo, a realização de cursos de formação e de projetos locais específicos, como tertúlias, conferências e workshops, pode potenciar a consciencialização dos artesãos sobre o impacto das TIC na sustentabilidade sociocultural de destinos criativos. Além disso, a criação de infraestruturas digitais, como centros de apoio e determinadas plataformas online, aliada à implementação de incentivos ou benefícios fiscais para fomentar um maior uso das TIC, bem como a realização de concursos e prémios que incentivem a sua integração na divulgação e comercialização de produtos e serviços turísticos dos artesãos, constitui um conjunto de recomendações fundamentais para que entidades públicas e/ou privadas reforcem o papel das TIC enquanto impulsionadoras da sustentabilidade sociocultural nestes destinos turísticos criativos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, G., Oliveira, M. C., Rocha, E. A. & Oliva R. (2022). Patrimônio cultural e turismo: Compatibilidades e conflitos. *Akrópolis, Umarama*, Vol. 30, N. 2, pp. 229-243. <https://doi.org/10.25110/akropolis.v30i2.8228>
- Aquino, J. F. & Burns, G. L. (2021). Creative tourism: The path to a resilient rural Icelandic community. In Scherf, K. (edt). *Creative tourism in smaller communities – Place, culture, and local representation* (pp. 165-185). Thompson Rivers University, Canadá.

- Arcos-Pumarola, J., Paquin, A. G. & Sitges, M. H. (2023). The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. *Heliyon*, Vol. 9, N. 1, p. 11. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106>
- Azharunnisa, A., Gupta, S. & Panda, S. (2022). Craft culture revival through a sustainable approach of integrating tourism with craft promotion: Case study of Puri. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, Vol. 1, p. 22. <https://doi.org/10.1016/j.jchmsd.2021.01.020>
- Bakas, F., Duxbury, N. & Castro, T. V. (2018). Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 24, Special Issue on Artisan, Cultural and Tourism Entrepreneurship, p. 42. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2018-0177>
- Beca, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L. & Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, Vol. 72, N. 1, pp. 117-120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.033>
- Benard, R. & Dulle, F. (2017). Application of ICT tools in communicating information and knowledge to artisanal fishermen communities in Zanzibar. *Knowledge Management & E-Learning*, Vol. 9, N. 2, pp. 239-255.
- Buhalis, D., Leung, D. & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing *Tourism Management*, Vol. 97, N. 1, p. 11. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724>
- Buhalis, D. & O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, Vol. 30, N. 3, pp. 7-16.
- Choi, A., Berridge, G. & Kim, C. (2020). The urban museum as a creative tourism attraction: London Museum lates visitor motivation. *Sustainability*, Vol. 12, N. 1, p. 18. <https://doi.org/10.3390/su12229382>
- Duxbury, N. (2021). Cultural sustainability, tourism, and development Articulating connections. In Duxbury, N. (ed). *Routledge Studies in Culture and Sustainable Development - (Re)articulations in Tourism Contexts* (pp. 1-18). Routledge, Londres e Nova Iorque.
- Endere, M. L. & Zulaica, M. L. (2015). Sustentabilidade socio-cultural y buen vivir en sitios patrimoniales: Evaluación del caso Agua Blanca, Ecuador. *Ambiente & Sociedade*, Vol. 18, N. 4, pp. 265-290. <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC1317V1842015>
- Ferrari, S., Hernandez-Maskivker, G., Llull, R. & Nicotera, T. (2021). Social-cultural sustainability of roots tourism in Calabria, Italy: A tourist perspective. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 28(1), 117-132. <https://doi.org/10.1177/13567667211020493>
- Gato, M., Costa, P., Cruz, A. R. & Perestrelo, M. (2020). Creative tourism as boosting tool for placemaking strategies in peripheral areas: Insights from Portugal. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. XX, N. X, Month 201X, p. 19. <https://doi.org/10.1177/1096348020934045>
- Grybauskas, A., Stefanini, A. & Ghobakhloo, M. (2022). Social sustainability in the age of digitalization: A systematic literature review on the social implications of industry 4.0. *Technology in Society*, Vol. 70, N. 1, p. 15. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101997>
- Helgadóttir, G., Einarsdóttir, A. V., Burns, G. L., Gunnarsdóttir, G. P. & Matthíasdóttir, J. M. (2019). Social sustainability of tourism in Iceland: A qualitative inquiry. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 19, N. 4-5, pp. 404-421. <https://doi.org/10.1080/15022250.2019.1696699>
- INE (2023). *Anuários Estatísticos Regionais – 2022*. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_doc_municipios (09/01/2023).
- Kalvani, S. R., Sharaai, A. H. & Abdullahi, I. K. (2021). Social consideration in product life cycle for product social sustainability. *Sustainability*, Vol. 13, N. 1, p. 21. <https://doi.org/10.3390/su132011292>

- Kansakar, P., Munir, A. & Shabani, N. (2019). Technology in hospitality industry: Prospects and challenges. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, Vol. 8, N. 3, pp. 60-65. <https://doi.org/10.1109/MCE.2019.2892245>
- Khoo, S. L. (2022). Towards cultural sustainability in creative cities: What George Town, Malaysia can learn from Kanazawa, Japan? *Creative Industries Journal*, p. 19. <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2051325>
- KHOSHTARIA, T., MATIN, A., KOMODROMOS, M., KIKUTADZE, V. & MERCAN, M. (2024). The Impact of Word-of-Mouth Communication on Consumer Choices and Satisfaction: An Empirical Study of Students' Perspective. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, Vol 12, Nº 22, pp. 6-32. <https://doi.org/10.54663/2182-9306.2024.v.12.n.22.6-32>
- Kumar, R. R., Stauvermann, P. J., Kumar, N. & Shahzad, S. J. (2019). Exploring the effect of ICT and tourism on economic growth: A study of Israel. *Econ Change Restruct*, Vol. 52, N. 1, pp. 221–254. <https://doi.org/10.1007/s10644-018-9227-8>
- Lacerda, L. T. & Mecca, M. S. (2020). Sustentabilidade social do turismo no município de Machadinho-RS. *Sport, Leisure and Tourism Review*, Vol. 9, N. 3, pp. 462-496. <https://doi.org/10.5585/podium.v9i3.16225>
- Li, X., Kim, J. S. & Lee, T. J. (2021a). Collaboration for community-based cultural sustainability in island tourism development: A case in Korea. *Sustainability*, Vol. 13, N. 1, p. 17. <https://doi.org/10.3390/su13137306>
- Mantini, S. (2019). Experiences of public history and ict for the representation of cultural heritage. *Disegnarecon*, Vol. 12, N. 23, pp. 161 – 164.
- Marino, A. & Pariso, P. (2021). E-tourism: How ICTs help the local tourist district drive economic vitality. The case of Campania, Italy. *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 18, N. 3, p. 25. <https://doi.org/10.1142/S0219877021500097>
- Mayuzumi, Y. (2022). Is meeting the needs of tourists through ethnic tourism sustainable? Focus on Bali, Indonesia. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 6, pp. 423–451. <https://doi.org/10.1007/s41685-021-00198-4>
- Medina, A. C. & Plaza, A. G. (2015). El papel estratégico de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el turismo Strategic role of information and communication technology on tourism. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, Vol. 2, N. 2, pp. 52-69.
- Mehta, S. & Kalra, M. (2006). Information and Communication Technologies. *The International Information & Library Review*, Vol. 38, N. 3, pp. 147-160, <https://doi.org/10.1080/10572317.2006.10762716>
- Naramski, N. (2020). The application of ICT and smart technologies in Polish Museums – Towards smart tourism. *Sustainability*, Vol. 12, N. 1, p. 27. <https://doi.org/10.3390/su12219287>
- Nigg, J. J. & Peters, M. (2022). The evolution of ICTs in accessible tourism: A stakeholder collaboration analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 52, N. 1, pp. 287-294. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.07.007>
- Nindito, H., Prabowo, H. Hendric, S. W. & Sfenrianto, S. (2021, 28 de outubro). *Cultural tourism technology used and themes: A literature review*. 1st International Conference on Computer Science and Artificial Intelligence (ICCSAI), Jacarta, Indonesia.
- Nishimura, M. D., Dandolini, G. A. & Souza, J. A. (2020). *Medidas de sustentabilidade social e inovação social*. VIII Encontro de Sustentabilidade em Projeto, Florianópolis, Brasil. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/229636>
- Nomnian, S., Trupp, A., Niyomthong, W., Tangcharoensathaporn, P., & Charoenkongka, A. (2020). Language and community-based tourism: Use, needs, dependency, and limitations. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, Vol. 13, N. 1, pp. 57-79. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-0029>

- Özgit, H., Yücelen, C., Güden, N. & Ilkhanizadeh, S. (2022). Residents' perceptions towards sustainability of cultural resources: The case of Great Inn. *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol. 1, p. 17. <https://doi.org/10.1080/14766825.2022.2032116>
- Palencíková, Z. & Csapó, J. (2021). *Creative tourism as a new tourism product in Slovakia – The theoretical and practical analysis of creative tourism: formation, importance, trends*. Edition Europica varietas, N. 146, Nitra, Eslováquia.
- Pierdicca, R. Paolanti, M. & Fronton, E. (2019). eTourism: ICT and its role for tourism management. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 10, N. 1, pp. 90-106. <https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2017-0043>
- Poort, M. E., Persson-Fischier, U., Martinsson-Wallin, H., Elf Donaldson, E. & Schaub, M. (2021). "Authenticity" as a pathway to sustainable cultural tourism? The cases of Gotland and Rapa Nui. *Sustainability*, Vol. 13, N. 1, p. 14. <https://doi.org/10.3390/su13116302>
- Ratten, V., Costa, C. & Bogers, M. (2019). Artisan, cultural and tourism entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol. 25, N. 4, pp. 582-591. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2018-0319>
- Ramos, C. M., Andraz, G. & Cardoso, I. (2020). The role of ICT in involving the tourist and in sustainability of tourism destinations. In Ratten, V. (ed). *Technological progress, inequality and entrepreneurship – Studies on entrepreneurship, structural change and industrial Dynamics* (pp. 29-45). Springer Nature, Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26245-7_3
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A. M. & Campillo-Alham, C. (2019). ICT and the sustainability of world heritage sites. Analysis of senior citizens' use of tourism apps. *Sustainability*, Vol. 11, N. 1, p. 17. <https://doi.org/10.3390/su11113203>
- Richards, G. (2010). *Creative tourism and cultural events*. 2nd Forum on UNESCO Creative Cities Network Icheon, Republic of Korea, 21st October 2010. https://www.academia.edu/5352995/Creative_Tourism_and_Cultural_Events
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 85, p. 11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Roberts, S. (2022). Socio-cultural sustainability and small tourism businesses. *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 1, p. 14. <https://doi.org/10.1177/14673584221093537>
- Rosa-Jiménez, C. & García-Moreno, A. E. (2018). El impacto de las TICs en el imaginario urbano. Nuevas herramientas digitales en la dialéctica territorio líquido vs ciudad tradicional The impact of the ICTs in the urban imaginary. *Imagonautas*, Vol. 11, pp. 82-106.
- Ruiz-Molina, M. E., Gil-Saura, I. & Moliner-Velázquez, B. (2010). Does technology make a difference? Evidence from Spanish hotels. *Service Business*, Vol. 5, N. 1, p. 12. <https://doi.org/10.1007/s11628-010-0098-y>
- Sadiq, M., Dogra, N., Adil, M. & Bharti, K. (2022). Predicting online travel purchase behavior: The role of trust and perceived risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol. 23, N. 3, pp. 796-822. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1913693>
- Sarantoua, M., Kugapi, O. & Huhmarniemi, M. (2021). Context mapping for creative tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 86, p. 11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103064>
- Stylianou-Lambert, T., Boukas, N. & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: Stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 20, N. 5, pp. 566-587. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.874420>
- Terkenli, T. S. & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from Cyclades, Greece. *Sustainability*, Vol. 14, N. 1, p. 21. <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Toubes, D. R. & Vargas-Sanchez, A. (2021). Nightlife entertainment management: Social sustainability and conflict in tourist destinations. *Journal of Tourism & Development*, Vol 1, N. 36, pp. 21-31. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.8939>
- Venkataramanaiah, S. & Nidugala, G. K. (2016). Approaches for enhancing competitiveness of Moradabad handicrafts manufacturing units. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, Vol. 15, N. 3, pp. 253-273. https://doi.org/10.1386/tmsd.15.3.253_1

- Vergara, M. E., Cardozo, N., De La Hoz, A. & Acosta, A. M. (2021). Difusión digital de objetos: Expresiones culturales y turísticas en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, Vol. 26, N. 6, pp. 155-172. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.10>
- Wei, Z., Zhang, J., Huang, X. & Qiu, H. (2023). Can gamification improve the virtual reality tourism experience? Analyzing the mediating role of tourism fatigue. *Tourism Management*, Vol. 96, N. 1, p. 12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104715>
- Zhao, X., Xie, C., Huang, L., Wang, Y. & Han, T. (2023). How digitalization promotes the sustainable integration of culture and tourism for economic recovery. *Economic Analysis and Policy* 77, N. 1, pp. 988–1000. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2023.01.005>

How to cite this article:

Sousa, A.; & Brandão, F. (2025). O papel das TIC na promoção da sustentabilidade sociocultural percebido por artesãos de turismo criativo. *International Journal of Marketing, Communication and New Media, Special Issue on Marketing & Business Perspectives: Transformative Insights for Marketing and Communication in the Digital Era*, May 2025, pp. 118-138.