

## **TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E INCLUSIVO: O PROJETO MACEIRA-EMBAIXADORES D'ALDEIA**

Ricardo Guerra<sup>1</sup>

Elsa Ramos<sup>2</sup>

Cristina Rodrigues<sup>3</sup>

Ana Lopes<sup>4</sup>

António Oliveira<sup>5</sup>

Vitor Roque<sup>6</sup>

### **Resumo:**

O projeto Maceira - Embaixadores D'Aldeia visou promover o desenvolvimento sustentável, preservando o ambiente e o património cultural, ao mesmo tempo que fomentava o turismo com experiências acessíveis e inclusivas. Integra a oferta turística com a realidade histórica e cultural da aldeia, usando a tecnologia para comunicar e promover o projeto. Foram desenvolvidas três atividades principais: Embaixadores D'Aldeia, Trilhos Inclusivos e Maceira Digital.

Implementado entre setembro de 2020 e junho de 2023 em Maceira (Fornos de Algodres), o projeto utilizou uma abordagem de métodos mistos, combinando dados qualitativos e quantitativos provenientes da revisão da literatura, inquéritos e entrevistas.

Participaram diretamente nas atividades do projeto 27 famílias (44 indivíduos), com a inclusão de várias faixas etárias, reforçando a envolvimento comunitária. As atividades realizadas tiveram uma taxa de implementação superior a 95%, envolvendo 27 prestadores de serviços e 5 investidores sociais. Os resultados destacaram um elevado nível de satisfação entre os participantes e um fortalecimento do sentimento de identidade local. O projeto preservou e promoveu o património local, incentivando o turismo comunitário e o envolvimento digital.

---

<sup>1</sup> Instituto Politécnico da Guarda. TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes, Instituto Politécnico de Tomar. ricardoguerra@ipg.pt

<sup>2</sup> Instituto Politécnico da Guarda. TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes, Instituto Politécnico de Tomar. elsaramos@ipg.pt

<sup>3</sup> Instituto Politécnico da Guarda. cristinarodrigues@ipg.pt

<sup>4</sup> Instituto Politécnico da Guarda. CEGOT - Centro de Estudos em Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Coimbra. anaventura@ipg.pt

<sup>5</sup> Associação de Maceira.toze\_oliveira@hotmail.com

<sup>6</sup> Instituto Politécnico da Guarda. TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes, Instituto Politécnico de Tomar. vitor.roque@ipg.pt

*Journal of Tourism and Heritage Research* (2025), vol.8, nº 4, pp. 67-87, Guerra, R.; Ramos, E.; Rodrigues, C.; Lopes, A.; Oliveira, A. & Roque, V. “Community-based tourism and sustainable and inclusive development: the Maceira–Village ambassadors project”

---

O principal desafio foi a pandemia de COVID-19, que exigiu adaptabilidade e soluções criativas. A baixa densidade populacional também foi uma limitação. Apesar dos desafios, o projeto estabeleceu uma base sólida para futuras iniciativas de turismo sustentável. A participação ativa dos Embaixadores-residentes locais foi crucial para o aumento do orgulho e da autoestima da comunidade. A promoção digital ampliou o alcance do projeto, reforçando a identidade cultural e tornando o património de Maceira mais conhecido.

**Palavras-chave:** Turismo de base comunitária, Desenvolvimento sustentável, Património, Maceira, Territórios de baixa densidade.

## **COMMUNITY-BASED TOURISM AND SUSTAINABLE AND INCLUSIVE DEVELOPMENT: THE MACEIRA–VILLAGE AMBASSADORS PROJECT**

### **Abstract:**

The Maceira - Village Ambassadors project aimed to promote sustainable development, preserving the environment and cultural heritage while fostering tourism through accessible and inclusive experiences. It integrates the tourism offer with the historical and cultural reality of the village, using technology to communicate and promote the project. Three main activities were developed: Village Ambassadors, Inclusive Trails, and Digital Maceira.

Implemented between September 2020 and June 2023 in Maceira (Fornos de Algodres), the project followed a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative data from literature review, surveys, and interviews.

A total of 27 families (44 individuals) directly participated in the project's activities, covering different age groups and reinforcing community involvement. The activities achieved an implementation rate of over 95%, engaging 27 service providers and 5 social investors. The results highlighted a high level of satisfaction among participants and a strengthening of the sense of local identity. The project preserved and promoted local heritage, encouraged community-based tourism, and enhanced digital engagement.

The main challenge was the COVID-19 pandemic, which required adaptability and creative solutions. Low population density was also a limitation. Despite these challenges, the project laid a solid foundation for future sustainable tourism initiatives. The active participation of local resident-ambassadors was crucial in increasing community pride and self-esteem. Digital promotion expanded the project's reach, reinforcing cultural identity and making Maceira's heritage more widely known.

**Keywords:** Community-based tourism, Heritage, Low-density territories, Maceira, Sustainable development.

## **1. INTRODUÇÃO**

O território pode ser entendido como uma construção social que resulta da interação entre sistemas naturais e a ação humana, incorporando práticas históricas, técnicas e culturais que moldam o património sociocultural e a memória coletiva (A. Marques, 2010). Esta perspetiva realça a importância de mobilizar recursos e competências locais através de processos participativos, potenciando a valorização de elementos materiais e imateriais, bem como dos produtos locais, enquanto componentes do património coletivo.

Assente nestes pressupostos, o paradigma territorialista do desenvolvimento destaca a participação estruturada das comunidades e a valorização de identidades culturais, laços comunitários e espírito associativo, em oposição a abordagens funcionalistas e exógenas. O desenvolvimento endógeno é, assim, definido como aquele que emana dos recursos e características locais, harmonizando dimensões socioculturais, ecológicas e económicas num quadro de sustentabilidade (Domingos, 2011).

Apesar de décadas de políticas e estratégias nacionais e internacionais, o espaço rural continua a evidenciar fragilidades, em particular dinâmicas demográficas regressivas e risco de perda de património cultural. No entanto, a sua singularidade e multifuncionalidade conferem-lhe potencial para estratégias de valorização identitária e coesão territorial. Neste processo, as associações culturais assumem-se como atores centrais na salvaguarda do património ancestral e na preservação da identidade territorial, como demonstra o Projeto Embaixadores D’Aldeia, promovido pela Associação de Promoção Social Recreativa Desportiva e Humanitária de Maceira.

A valorização, preservação e divulgação do património constituem, assim, um investimento estratégico no desenvolvimento local. Contudo, este processo deve assentar em sustentabilidade e na participação ativa das comunidades, sob pena de se transformar os territórios em “museus convencionais” desprovidos de conteúdo e significado. O desenvolvimento deve ultrapassar visões redutoras que tratam o rural apenas como depositário de tradições, apostando antes na autenticidade e na transformação dos recursos locais em potencialidades produtivas e em mais-valias para a comunidade.

Neste sentido, a gestão e promoção do território assumem-se como fatores determinantes para a coesão social, para a melhoria da qualidade de vida e para a construção de uma imagem de marca identitária, reforçando o papel de iniciativas locais como o Projeto Embaixadores D’Aldeia na promoção da inclusão social, da participação comunitária, do desenvolvimento sustentável e do turismo.

## **2. TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA**

O turismo cultural sustentável é uma abordagem que coloca o património cultural material e imaterial, e as comunidades locais no centro do desenvolvimento turístico, promovendo a conservação, a autenticidade e a participação ativa dos residentes (European Commission - Culture and Creativity, 2019).

A aldeia de Maceira, do concelho de Fornos de Algodres, distrito da Guarda, mantém um espírito comunitário, bem patente no dia-a-dia dos seus habitantes. A sua herança cultural permanece bem viva na memória das suas gentes e a troca de saberes é uma constante. As atividades agrícolas estão muito presentes na comunidade, bem como uma gastronomia muito ligada ao saber fazer familiar transmitido de geração em geração.

Assim, o turismo rural comunitário destaca-se pela sua ênfase na participação local e na gestão dos recursos endógenos. Procura a inclusão proativa das comunidades, mas também o fortalecimento das redes sociais e da autonomia territorial. A literatura aponta a inovação social como fator-chave para o fortalecimento deste tipo de turismo, ao propor soluções colaborativas, sustentáveis e adaptadas às realidades locais, demonstrando que a articulação entre atores públicos, privados e comunitários pode gerar impactos positivos no fortalecimento do tecido social e na valorização do capital cultural (Jaramillo et al., 2020).

Ao abordarmos as competências humanas e gestão do turismo comunitário, concluímos que o sucesso das iniciativas de turismo rural comunitário depende fortemente das competências humanas envolvidas. Estudos realizados no Equador (Martínez et al., 2020) evidenciam a importância da capacitação técnica, da liderança local e da formação contínua como pilares para a consolidação do turismo como alternativa de desenvolvimento sustentável.

Outras investigações, como a de (Hernández et al., 2021), reforçam que o turismo de base comunitária promove benefícios socioeconómicos diretos para as famílias envolvidas, além de contribuir para a valorização do património cultural e natural local. Contudo, destacam-se limitações como a falta de capacitação técnica, a ausência de políticas de qualidade e a estruturação da oferta turística.

### **3. TURISMO E PATRIMÓNIO NA VALORIZAÇÃO DOS TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE**

A valorização dos territórios rurais por meio do turismo tem-se consolidado como uma alternativa estratégica de desenvolvimento local sustentável, especialmente em regiões de baixa densidade populacional. As abordagens mais recentes destacam a importância de estratégias territoriais baseadas em valores identitários, património cultural e paisagens locais como elementos estruturantes de projetos turísticos (del Pulgar et al., 2024).

A gestão territorial contemporânea enfrenta o desafio de promover o desenvolvimento sustentável a partir das características identitárias dos territórios, em oposição aos modelos padronizados do século XX (Nogué, 2010).

A noção de património territorial amplia o entendimento tradicional de património, integrando elementos materiais e imateriais distribuídos na paisagem, expressando a interação histórica entre fatores humanos e naturais (Toribio, 2015; Heredia-Carroza et al., 2023). Tal abordagem favorece estratégias de reativação de determinados territórios, especialmente zonas rurais com baixa densidade populacional, ao reconhecer o seu valor identitário e potencial turístico.

No campo do turismo, destaca-se o papel do turismo cultural e patrimonial como alternativa sustentável ao turismo de massa, com potencial para diversificar economias locais e mitigar o despovoamento (Lane & Kastenholtz, 2015). Diversos autores alertam, contudo, para os riscos de “museificação” e “turistificação” desses espaços, defendendo abordagens integradas que respeitem as dinâmicas sociais locais e evitem a simplificação iconográfica do património (Muñoz & Llanos, 2021).

Também o turismo rural tem sido amplamente reconhecido como uma alternativa estratégica ao desenvolvimento económico convencional em áreas periféricas, montanhosas e de baixa densidade populacional. Em diversos contextos, como o europeu e latino-americano, observa-se que o turismo pode atuar como vetor de diversificação económica, geração de emprego e fortalecimento da identidade regional (Pröbstl, 2010).

Nesta perspetiva, o turismo rural não se limita à atividade recreativa, mas envolve a valorização de paisagens, cultura, saberes locais e modos de vida tradicionais, articulando-se com a preservação do património e a promoção da coesão social (Altaba & García-Esparza, 2021).

Desta forma, surgem propostas de estratégias territoriais baseadas na articulação entre património, turismo e paisagem, utilizando metodologias participativas para estruturar itinerários identitários e redes patrimoniais. Essas estratégias visam não apenas valorizar recursos isolados, mas criar conexões interpretativas que reforcem o sentido de lugar e a coesão territorial (Sánchez et al., 2022).

### **3.1 O Projeto Maceira Embaixadores D'Aldeia**

“Maceira - Embaixadores D’Aldeia” foi uma iniciativa de empreendedorismo social que, decorreu de setembro de 2020 a junho de 2023, promovida pela Associação de Maceira<sup>7</sup>, no âmbito do programa comunitário Portugal Inovação Social, tendo como objetivo principal envolver a aldeia e a comunidade, no combate ao despovoamento, através de atividades colaborativas de promoção do património, da cultura e da natureza, orientadas para o desenvolvimento turístico da aldeia.

O concelho de Fornos de Algodres localiza-se na Região Centro (NUTS<sup>8</sup> II). Insere-se na NUTS III Beiras e Serra da Estrela e é um dos 12 municípios que fazem parte do distrito da Guarda. Maceira é uma das 12 freguesias do município de Fornos de Algodres (Figura 1) com 8,1 Km<sup>2</sup> de área e 245 habitantes (JFMaceira, 2025).

O Concelho de Fornos de Algodres está dividido em três partes, as quais são denominadas Alto Concelho ou Terra Fria, Baixo Concelho ou Terra Quente e Além Mondego, constando as mesmas do Livro dos Acórdãos de Algodres (M. P. Marques, 2001). Maceira pertence à parte denominada Alto Concelho ou Terra Fria, visto situar-se na parte mais alta do concelho a mais de 700m de altitude.

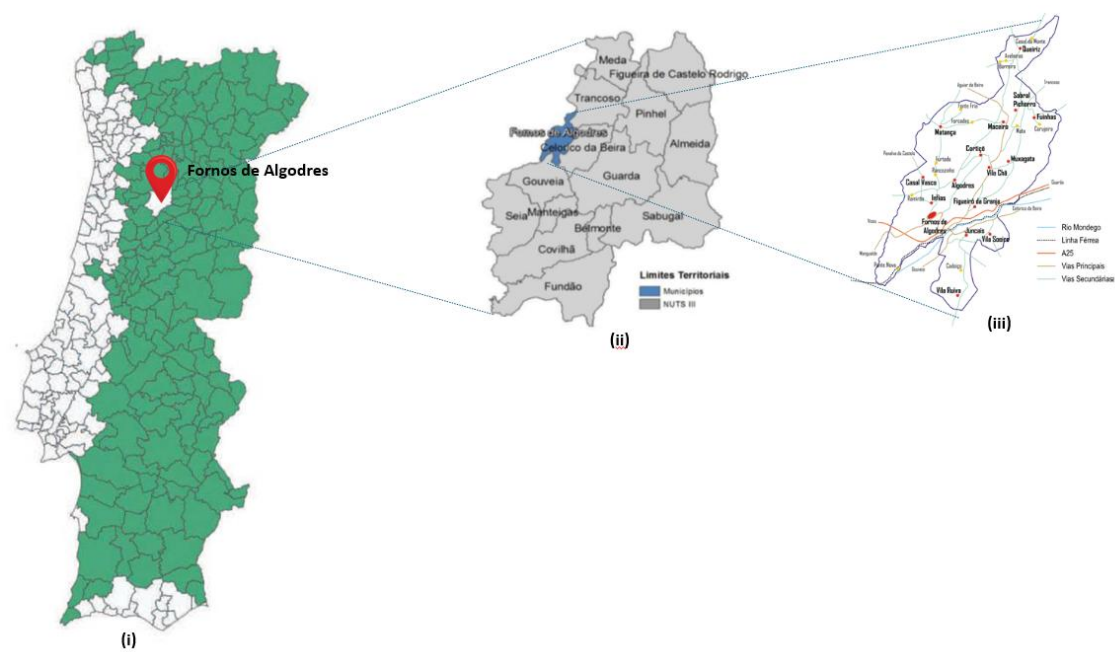
Fornos de Algodres é um concelho com características rurais, localizado no interior do território nacional continental, em que as dinâmicas demográficas, sociais e económicas, estão em linha com as dinâmicas apresentadas pelos denominados territórios de baixa densidade. Em 2021, o município de Fornos de Algodres tinha uma população residente de 4403 habitantes que contrastam com os 4989 de 2011 (**Tabela 1**). Esta tendência de regressão demográfica já remonta à década de 60, do século XX. Esta pode, entre outros motivos, justificar-se pelos movimentos migratórios e por um valor decrescente das taxas de crescimento natural e da taxa de crescimento efetivo da sua população. Entre os anos de 2011 e 2021 houve uma perda de 11,8% da população residente, valor que ganha ainda mais expressividade quando comparamos a década de 60 com o último período censitário, em que esta perda atinge a percentagem de 62,3%.

---

<sup>7</sup> Website da Associação Maceira - <https://associacaomaceira.pt/>

<sup>8</sup> NUTS - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos.

**Figura 1.** Portugal (i); Divisão Territorial da Região Beiras e Serra da Estrela, Municípios (ii); Freguesias de Fornos de Algodres (iii).



Fonte: Elaboração própria.

Quando analisamos os dados à freguesia, Maceira apresenta a mesma dinâmica demográfica do Concelho em que se insere. A população residente, associada à extensão do território municipal (131,5 Km<sup>2</sup>), justifica a baixa densidade populacional que o concelho apresenta – 33,5 Hab/Km<sup>2</sup> e da freguesia 30, 4 Hab/Km<sup>2</sup> (**Tabela 1**).

**Tabela 1.** Síntese de indicadores demográficos de acordo com os Censos de 2011 e 2021.

|                                                | 2011                      |                    |         | 2021                      |                    |         |
|------------------------------------------------|---------------------------|--------------------|---------|---------------------------|--------------------|---------|
|                                                | Beiras e Serra da Estrela | Fornos de Algodres | Maceira | Beiras e Serra da Estrela | Fornos de Algodres | Maceira |
| População Residente                            | 236 023                   | 4 989              | 229     | 210 602                   | 4 403              | 245     |
| Taxa de Crescimento Anual Médio da População % |                           | ---                | ---     | -10,77                    | -11,7              | 6,99    |
| Densidade Populacional km <sup>2</sup>         | 37,43                     | 37,95              | 28,41   | 33,4                      | 33,5               | 30,4    |
| Jovens (%)                                     | 11,6                      | 10,86              | 8,73    | 9,7                       | 9,08               | 5,3     |
| Adultos (%)                                    | 60,98                     | 57,22              | 53,71   | 57,33                     | 54,62              | 49,38   |
| Idosos (%)                                     | 27,4                      | 31,91              | 37,55   | 32,91                     | 36,29              | 45,3    |
| Índice de Envelhecimento (%)                   | 235,97                    | 293,73             | 430     | 337,79                    | 399,5              | 853,85  |
| Índice de Longevidade (%)                      | ---                       | ---                | ---     | 53,9                      | 59,76              | 65,67   |

Fonte: (INE, 2025)

Assim, qualquer iniciativa de promoção do património obriga-nos, primeiramente, a obter um conhecimento mais profundo da aldeia e das suas gentes; obriga-nos a recolher, registar, organizar, valorizar testemunhos, histórias, memórias, heranças culturais e tudo aquilo que os residentes queiram partilhar, com importância para a construção da história da sua aldeia. Só posteriormente foi possível saber quais eram os fatores verdadeiramente diferenciadores e de autenticidade ligados à cultura e ao património da aldeia. Só assim

podemos conhecer como integrar a oferta turística com a realidade patrimonial da aldeia e o que incluir nessa oferta aos visitantes.

O projeto “Maceira - Embaixadores D’Aldeia” pretendeu integrar a oferta turística com a realidade patrimonial da aldeia e da região no geral, através da oferta de experiências baseadas na observação do património histórico construído, na interação com o património natural e cultural e com a produção endógena, tendo como principais atores as pessoas da aldeia, os Embaixadores da Aldeia. As pessoas da aldeia são os Mestres do saber oral, os tesouros humanos vivos que melhor conhecem o património local e que, ao partilharem o seu saber, as suas histórias, partilham também o seu Amor pela terra. Conhecer um local através das pessoas que nele vivem é uma experiência diferente (e única), que não faz parte dos pacotes turísticos, mas que, uma vez experimentada, viabiliza uma nova relação com o património, e, sobretudo, uma ligação diferente com o local que se visita. A criação do “Maceira – Embaixadores D’Aldeia” invoca a importância da aquisição e transmissão de conhecimentos e saberes populares e, principalmente, a importância das pessoas e do seu apego ao lugar onde têm as suas raízes e onde legitimamente se afirmam como seus Embaixadores. Com eles viaja-se facilmente por um Portugal profundo ao encontro de outras vivências e realidades mais genuínas, ricas em autenticidade.

O projeto “Maceira – Embaixadores D’Aldeia” não só permitiu a criação de ferramentas coletivas de promoção turística como ajudou a promover o envelhecimento ativo, a participação coletiva e cívica, e a valorização dos recursos endógenos, assentando em 3 grandes atividades fundamentais: (i) o desenvolvimento de um programa de capacitação de guias comunitários (Atividade 1 - Embaixadores D’Aldeia); (ii) a definição e gestão dos percursos de promoção turística através de dinâmicas de participação ativa da comunidade (Atividade 2 - Trilhos Inclusivos); e (iii) a inclusão digital como forma de comunicação e marketing turístico inclusivo (Atividade 3 - Maceira Digital).

#### **4. METODOLOGIA**

Implementado entre setembro de 2020 e junho de 2023 em Maceira (Fornos de Algodres - Portugal), o projeto Maceira – Embaixadores D’Aldeia utilizou uma abordagem mista, combinando instrumentos quantitativos e qualitativos de recolha e análise de dados, adequados à natureza multidimensional do projeto e aos objetivos definidos (Sandelowski, 2000). A adoção desta abordagem mista, com a utilização de instrumentos como: (i) inquéritos por questionário; (ii) entrevistas; (iii) observação participante; e (iv) análise de redes sociais, deveu-se essencialmente ao carácter social, cultural, turístico e digital do projeto, em que se procurou captar a complexidade e a riqueza das experiências/ações desenvolvidas, os níveis de envolvimento da comunidade e os efeitos gerados tanto nos participantes diretos como nos beneficiários indiretos.

O projeto considerou três grandes dimensões: (i) a participação e envolvimento da comunidade, (ii) os resultados concretos das ações implementadas e a (iii) perceção dos impactos sociais, culturais e económicos do projeto. Nesse sentido, definiu-se um quadro de indicadores, tanto gerais como específicos, que permitissem monitorizar a execução do projeto e aferir os seus efeitos em diferentes planos.

Assim, nos indicadores gerais consideraram-se: (i) Número de famílias envolvidas e de pessoas beneficiárias; (ii) Níveis de participação nas diferentes atividades; (iii) Caracterização sociodemográfica dos participantes (idade, género, local de origem, escolaridade, situação profissional); (iv) Grau de satisfação dos participantes e da comunidade; e (v) Número de entidades externas envolvidas no projeto.

Por sua vez, para cada uma das três atividades do projeto (Embaixadores D’Aldeia, Trilhos Inclusivos e Maceira Digital) foram também definidos indicadores específicos que permitiram avaliar, com maior detalhe, a eficácia das ações desenvolvidas e o grau de concretização das metas estabelecidas.

Participaram diretamente nas atividades do projeto 27 famílias (44 indivíduos), com a inclusão de várias faixas etárias, reforçando a envolvimento comunitária de grande parte da população da aldeia.

## **5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DO RESULTADOS**

A análise dos dados recolhidos centrou-se em cinco grandes eixos metodológicos:

Eixo 1 - Caracterização sociodemográfica dos participantes, onde se caracterizaram os perfis dos beneficiários (género, idade, escolaridade, ocupação), tanto ao nível dos agregados familiares diretamente envolvidos como dos participantes ocasionais nas atividades;

Eixo 2 - Avaliação da participação e do envolvimento comunitário, em que se analisaram os níveis de adesão às atividades, a frequência da participação, a diversidade de perfis envolvidos (por faixa etária, por grupos sociais), e a perceção da utilidade das ações desenvolvidas;

Eixo 3 - Medição do grau de satisfação, em que se recolheram as opiniões dos participantes sobre as condições logísticas, a relevância dos conteúdos, a qualidade das experiências e a sua disponibilidade para voltar a participar;

Eixo 4 - Avaliação dos impactos sociais e culturais, onde se procurou identificar mudanças de comportamento, novas relações sociais, empoderamento dos participantes, reforço identitário e valorização do património imaterial;

Eixo 5 - Avaliação do impacto digital e comunicacional, em que através da análise dos indicadores das redes sociais (número de seguidores, alcance das publicações, interação com o conteúdo) e do website do projeto, medindo a capacidade de atrair visitantes e divulgar o território.

Apresentam-se de seguida os resultados obtidos em cada uma das atividades do projeto, agrupadas segundo os três eixos principais de intervenção: capacitação comunitária (Embaixadores D’Aldeia), valorização e dinamização do território (Trilhos Inclusivos) e comunicação digital (Maceira Digital). Estes resultados refletem o impacto das ações desenvolvidas ao longo dos três anos do projeto, evidenciando o envolvimento da comunidade, a promoção dos recursos endógenos e a afirmação da identidade local enquanto motor de desenvolvimento sustentável.

## **5.1 Atividade 1 - Embaixadores D'Aldeia**

Os resultados obtidos nesta atividade revelam uma forte consonância com a revisão da literatura sobre turismo de base comunitária e valorização de territórios de baixa densidade, na medida em que as 3 ações implementadas – Capacitação de guias comunitários; Rede de casas partilhadas e Contadores de histórias – ilustram práticas de um turismo centrado na participação ativa da comunidade, no reforço do capital social e na valorização do património local.

O **Programa de Capacitação de Guias Comunitários (Ação 1.1)**, surgiu no sentido capacitar os beneficiários com formação específica para que possam acolher e acompanhar visitantes durante a sua visita à Freguesia de Maceira, procurando iniciativas de capacitação intergeracional de partilha entre o público sénior e o público mais jovem, potenciando a transmissão de conhecimentos entre eles.

Tendo em conta a génese e desenvolvimento do projeto, esta ação surge como base para outras ações que foram também desenvolvidas ao longo do projeto. A capacitação das pessoas da comunidade por forma a bem acolherem e acompanharem os visitantes durante a sua estadia é um pilar essencial, procurando assim uma partilha intergeracional entre pessoas com idades mais avançadas e os jovens, potenciando a transmissão de conhecimentos entre eles. Esta ação decorreu ao longo de todo o projeto e o seu impacto foi bastante visível em outras ações que foram implementadas e ainda alavancadas através da presença nas redes sociais do projeto.

Como indicadores específicos destacam-se: (i) o número de ações de capacitação para a promoção da aldeia realizadas; (ii) o número de ações de identificação e capacitação de líderes locais; e (iii) o número de guias comunitários capacitados.

A capacitação intergeracional de guias destacou-se pela promoção da transmissão de saberes entre gerações, respondendo ao apelo da literatura pela qualificação técnica e liderança local (Martínez et al., 2020). As 30 ações de capacitação realizadas, bem como as 30 ações de identificação e capacitação de embaixadores d'aldeia (líderes locais) e os 12 guias formados demonstram um esforço bem-sucedido em consolidar competências locais para acolhimento turístico, elemento central para a autonomia territorial e autenticidade da experiência.

No que respeita às temáticas de capacitação, destacam-se os conhecimentos ao nível das atividades agrícolas, da estruturação e animação de trilhos e percursos pelo património local e as histórias da aldeia, em especial, sobre o Moinho de Vento, a Igreja Matriz e o Forno Comunitário, elementos patrimoniais considerados mais relevantes.

Tendo em conta esta temáticas, os guias adquiriram competências ao nível de técnicas de comunicação, acolhimento e interação e conhecimentos sobre o património material e imaterial da aldeia.

Com vista ao aferir o grau de satisfação dos participantes (guias comunitários capacitados), verificou-se que a totalidade dos inquiridos se considerava muito satisfeito, o que mostra que esta ação foi muito bem acolhida pelos participantes e foi considerada como essencial para a implementação deste projeto.

O **Roteiro das Famílias - (Rede) Casas Partilhadas (Ação 1.2)** previa a criação de uma rede de oferta turística informal, proporcionada através de um conceito de partilha e de interação entre os residentes e os visitantes, disponibilizando os primeiros a sua

habitação para que os segundos possam ficar alojados na Freguesia de Maceira. Devido às limitações impostas pela pandemia COVID-19 esta ação sofreu algumas alterações tendo em conta o que estava inicialmente previsto, dada a dificuldade da sua implementação, pelo que foram associados 3 alojamentos turísticos (unidades de alojamento local), visto que estes cumpriam todas as normas de segurança para acolher hóspedes durante este período.

De modo a dar mais dimensão a esta aposta e a criar maior valor no conjunto da oferta turística de alojamento, foi criada uma Rede de Alojamentos Turísticos associados ao projeto e alargada a outras localidades com 19 unidades de alojamento, entre empreendimentos turísticos e unidades de alojamento local, tendo-se realizado diversos encontros de parceiros, prevendo-se a continuidade e melhoria deste trabalho em rede, reforçando o turismo colaborativo no território.

Como indicadores específicos desta ação destacam-se: (i) o número de casas partilhadas; e (ii) o número de hóspedes e de dormidas nas casas partilhadas e foram realizados inquéritos aos hóspedes com vista à sua caracterização, o que mais foi valorizado na tomada de decisão de visitar Maceira, a avaliação à hospitalidade dos anfitriões, o grau de satisfação e intenção de recomendar Maceira enquanto destino turístico.

Relativamente ao mais valorizado na tomada de decisão de visitar Maceira, os visitantes realçam diversos aspetos, nomeadamente, a riqueza do património cultural e natural, a possibilidade de viver experiências no mundo rural, a participação em atividades, experiências anteriores ou conselho de familiares e amigos, gastronomia e vinhos, a proximidade à Serra da Estrela e a informação disponível online, o que reforça outra componente muito importante deste projeto, a Maceira Digital.

Relativamente ao grau de satisfação face à hospitalidade nos alojamentos, 81% dos hóspedes responderam que ficaram muito satisfeitos e 16% responderam que ficaram satisfeitos, perfazendo um total de 97% satisfeitos ou muito satisfeitos. Apenas 3% referiram que nem ficaram insatisfeitos nem satisfeitos.

Para além da hospitalidade, importa também perceber o grau de satisfação com as condições da unidade de alojamento, pelo que 74% consideravam-se muito satisfeitos e 23% consideravam-se satisfeitos.

De modo a melhor aferir o grau de satisfação global com as experiências turísticas vividas pelos hóspedes foram feitas duas questões adicionais; se pretendem recomendar Maceira enquanto destino turístico e ainda se pensa regressar a Maceira mais tarde. 46% dos hóspedes disseram que recomendariam Maceira enquanto destino turístico Com Toda a Certeza e 32% também deram uma resposta positiva, perfazendo um total 78%. Cerca de 18% disseram que Nem Sim, Nem Não e 4 % deram uma resposta negativa.

No que concerne à questão de regressar a Maceira, mais de metade dos inquiridos responderam, Com Toda a Certeza e 27% também responderam que Sim, o que abre boas perspetivas para o futuro. Cerca de 12% dos hóspedes não tem a certeza sobre o regresso e 7% referiram que não pensam regressar a Maceira.

A elevada satisfação dos hóspedes com a hospitalidade local (97%) reflete a importância da proximidade humana e da valorização das experiências culturais autênticas – pilares do turismo de base comunitária (Hernández et al., 2021). Além disso,

a forte intenção de recomendar e regressar a Maceira evidencia o potencial da aldeia como destino sustentável e diferenciador.

**A Ação 1.3 - Contadores de Histórias - Vivências D’Aldeia**, tem como objetivo a valorização e a manutenção do património oral de Maceira, através da recolha e registo de histórias de vida associadas aos modos de vida e tradições da população de Maceira, contos e lendas resultantes das dinâmicas comunitárias existentes neste território. Simultaneamente é propósito da ação, a partir dos registos anteriores, identificar espaços georrefenciáveis, suscetíveis de se constituírem como pontos de interesse turístico, tendo por base o sentimento de identidade e pertença das comunidades locais.

Atendendo aos princípios do paradigma territorial do desenvolvimento local e aos pressupostos do turismo de base comunitária, a par da recolha e registo destas informações, a ação procura dinamizar momentos de partilha entre os contadores de histórias e os visitantes.

Existe, desta forma, uma maior proximidade entre o visitante e a comunidade local e igualmente um empoderamento das comunidades, que vêm valorizados os seus saberes empíricos ancestrais, muitos deles passados de geração em geração. Destacamos a importância que a interpretação patrimonial dos elementos recolhidos, nesta ação, poderá ter na promoção de outras atividades turísticas em Maceira.

Como indicadores específicos da ação destacam-se: (i) o número de histórias/lendas/contos recolhidos; (ii) o número de espaços comunitários identificados; os números de espaços suscetíveis de refuncionalização e aproveitamento turístico de base comunitária; (iii) a quantificação dos visitantes e dos contadores de histórias; e o (iv) perfil do visitante e do Contador.

No que se refere à análise dos resultados desta atividade destaca-se o facto de terem sido recolhidas e registadas 60 histórias de vida, contos e lendas, na aldeia. Foram igualmente identificados 10 locais/espaços comunitários a partir das histórias.

Uma vez que se tratava de uma ação que implicava a interação direta com a comunidade, os participantes destacaram a cultura (história, património, tradições e música); a produção de queijo; o moinho de vento e a interação com os habitantes locais como os aspetos que mais gostaram nesta atividade.

De igual forma considerou-se importante aferir o grau de satisfação dos participantes relativamente ao espaço em que decorre a ação considerando-se estes, maioritariamente, muito satisfeitos e satisfeitos com o espaço. No mesmo sentido aponta o seu grau de satisfação com a atividade.

A dinâmica desta atividade permitiu a aquisição de conhecimentos acerca de Maceira por parte dos participantes que se demonstraram muito satisfeitos e satisfeitos com os conhecimentos que lhe foram transmitidos e adquiridos nesta ação.

Quando foi perguntado aos participantes se a partir da atividade teriam curiosidade em conhecer os espaços em que esta decorria, cerca de 47% mostraram-se muito curiosos em conhecer e 38% curiosos. Este é um indicador que nos demonstra que a interação entre a comunidade local e os participantes se reveste de particular importância no modo como a cultura e o conhecimento dos territórios são transmitidos.

A opinião livre dos participantes é importante para a melhoria desta ação ou para o desenvolvimento de outras ações. Assim, destacam-se como principais sugestões de melhoria, a criação de dinâmicas que permitam uma maior e efetiva interação com a comunidade local e a reparação/requalificação do moinho existente.

Esta ação, centrada na recolha de histórias orais, materializou o conceito de património territorial ao integrar elementos imateriais na construção da identidade local e na oferta turística (Toribio, 2015). Os 60 relatos recolhidos e os espaços identificados para aproveitamento turístico revelam o valor das narrativas comunitárias na criação de experiências interpretativas e no reforço do sentido de lugar, conforme preconizado por (Sánchez et al., 2022).

No seu conjunto, estas ações demonstram que o turismo comunitário, quando bem estruturado e participativo, pode responder aos desafios do despovoamento e da estagnação económica nos territórios rurais, sem recorrer a modelos massificados. Em Maceira, a integração do património, da paisagem e da comunidade deu origem a práticas inovadoras e sustentáveis, com resultados consistentes e alinhados com a literatura.

## **5.2 Atividade 2 - Trilhos Inclusivos**

O turismo de base comunitária surge como uma proposta de turismo sustentável, por oposição ao turismo de massas e o seu território de aplicação, por excelência, é o rural. No turismo de base comunitária prevalece a relação entre o turista e a população local, havendo, também, uma preocupação ambiental, económica e social do destino, pois este tipo de turismo tem como finalidade, por um lado, a conservação do património natural e cultural da região e, por outro, a melhoria do desenvolvimento económico e social da comunidade (Agüera, 2013). Tem também como premissa fundamental o envolvimento das comunidades em todas as etapas do processo de criação e dinamização de um produto turístico, baseado na identidade e na cultura locais, com vista à sua valorização, salvaguarda e criação de riqueza para as próprias comunidades. Neste enquadramento surgem-nos os itinerários comunitários como uma estratégia e um produto turístico, de *per si*. Estes percursos e as atividades que neles decorrem são geralmente orientados pela comunidade local que é quem, na realidade, conhece e vivencia o território e quem melhor do que ninguém pode transmitir a cultura que este encerra.

A Atividade Trilhos Inclusivos incluiu três atividades distintas embora complementares: O Teatro Vivo- Nós Somos Aldeia, o Passeio das Hortas e A Minha Mesa é a Tua Mesa.

Assim a primeira atividade pretendeu, a partir da recolha das histórias e vivências da comunidade, recriar um teatro, cujos atores são os autores das estórias, possibilitando numa primeira fase, o reforço da coesão da comunidade e a promoção de relações intergeracionais e numa segunda fase a divulgação das histórias da aldeia a quem a visita.

Sendo Maceira uma aldeia em que a agricultura familiar tem ainda um papel muito importante, como complemento aos rendimentos das famílias, a identificação e sinalização das hortas familiares, permitiu a criação de um plano de acessibilidade e mobilidade da aldeia e simultaneamente conduziu à partilha de experiências e de conhecimentos e práticas agrícolas ancestrais, entre as famílias e quem visita a aldeia. Uma dinâmica francamente enriquecedora para ambos os intervenientes no processo,

famílias e turistas, e simultaneamente o reconhecimento do trabalho agrícola, por quem ainda o pratica.

A Minha Mesa é a tua Mesa conduziu à valorização dos produtos locais, alguns deles produzidos nas hortas das famílias e simultaneamente à promoção da gastronomia local. Nesta atividade os turistas foram convidados a sentar-se à mesa com as famílias e degustar os pratos típicos de cada casa. O partilhar da refeição, algo tão genuinamente português, reforça o espírito de partilha e comunidade que caracteriza os territórios rurais, como o agora analisado.

São apresentados de seguida os indicadores analisados para as quatro ações que compõem a Atividade 2 - Trilhos Inclusivos.

No que concerne à análise dos resultados dos Percursos Património Material e Imaterial pela Aldeia e áreas limítrofes (ação 2.1), foram criados 4 percursos, identificados e inseridos 16 elementos patrimoniais. Todos os percursos eram circulares, mas tinham diferentes graus de dificuldade (Baixo, Médio e Difícil). Em relação à designação e distância percorrida, o percurso “Descobrir Maceira” é de 6,32 Km, o “Peregrinação à Santa Eufémia” tem 9,65 Km, a “Rota das Formigas” 11,40 Km, e a Rota de São Pelágio percorre uma distância de 9,25 Km (Fonte).

**Figura 2.** Percursos Embaixadores D’Aldeia.



Fonte: Elaboração própria.

Todos os percursos foram divulgados no website do projeto Embaixadores D’Aldeia com as devidas notas informativas, informações necessárias e respetivo mapa dos circuitos.

Os 180 visitantes que participaram nestas atividades, demonstraram o seu grau de satisfação considerando-se, maioritariamente, muito satisfeitos e satisfeitos com os percursos.

Em relação ao que mais gostaram, os participantes (180) salientam a beleza da Paisagem, a Flora e a Fauna, o Património existente, bem como os costumes e tradições locais, o incentivo à atividade física e a História da Aldeia, entre outros. Como principal lacuna foi identificada a carência de sinalética adequada nos sítios de interesse.

O Teatro Vivo - “Nós somos a Aldeia” (ação 2.2) é a criação de uma peça de teatro em que se narra as vivências da aldeia, concebidas pela recolha de histórias na comunidade, pretendendo-se uma interação geracional (Fonte). Os atores neste teatro, foram elementos da comunidade e tiveram como principal missão transmitir os modos de vida em comunidade, os seus valores ancestrais, conseguindo e provocando uma interação com o público. Algumas das personagens criadas tinham similitudes com pessoas conhecidas da comunidade.

**Figura 3.** Teatro Vivo - “Nós somos a Aldeia”.



Fonte: Elaboração própria.

Na análise aos espectadores, através de 50 inquéritos feitos, observou-se uma grande satisfação ao assistirem à peça de Teatro

A grande maioria (68% muito integrado e 26% integrado) sentiu-se integrado e familiarizado com a peça de teatro. O que leva a crer que a transmissão de histórias locais lhes foi agradável e talvez familiar.

Os resultados da ação 2.3 - Passeio das Hortas, decorrem da implementação do concurso “Hortas d’Aldeia”, promovido para estruturação desta oferta e como um incentivo à manutenção da tradição das hortas, particularmente por parte das gerações mais novas, atendendo à sua importância como prática sustentável, permitindo consumos de proximidade e conhecimento relativamente à origem dos produtos, ajudando a criar zonas de proteção contra os fogos.

Este concurso, criado sob o lema “Vamos continuar a semear o futuro?”, contemplava 3 categorias, a saber: horta diversificada/criativa, horta grande e horta pequena, obteve 12 hortas candidatas, 9 com acessibilidade e 3 sem acessibilidade, e incluiu um total de 27 ações realizadas na seleção e estruturação das hortas, bem como um plano de mobilidade e acessibilidade. Também como incentivo à promoção das hortas, foram entregues kits de sementes aos seus promotores.

Relativamente aos dados recolhidos foi possível identificar os produtos mais produzidos, com predomínio para a batata, a alface, a cebola, o tomate, o feijão, as couves, o pimento e a abóbora.

**A Ação 2.4 - A Minha Mesa é a Tua Mesa**, para promoção da gastronomia da aldeia foi condicionada pela pandemia, na medida que as medidas restritivas não permitiam a partilha das mesas com os visitantes. No entanto, foram encontradas e dinamizadas ações alternativas que incluíram a realização de 18 eventos gastronómicos na aldeia e a criação de um calendário gastronómico para preservação da identidade gastronómica da aldeia, num total de 46 ações realizadas, incluindo a recolha de receituário, que envolveram 14 embaixadores.

Assim, no que diz respeito aos eventos gastronómicos, foram dinamizadas três ações: (i) Lagarada; (ii) Domingo Gordo na Aldeia; e (iii) Jantar Típico Português.

A Lagarada constituiu uma evocação autêntica das tradições gastronómicas da aldeia. Inspirada nos antigos convívios que assinalavam o fim da apanha da azeitona, este evento recriou a tradição com os participantes a saborear um repasto onde se destacou o bacalhau assado e o pão torrado, generosamente regados com azeite novo. Mais do que uma refeição, a “Lagarada” afirmou-se como uma celebração da identidade local, valorizando os saberes, os sabores e o património imaterial associados à produção do azeite.

O Domingo Gordo na Aldeia é uma celebração gastronómica que resgata os sabores e tradições do Entrudo, marcando o domingo que antecede a Quaresma com uma mesa farta. Inspirado na antiga máxima "No Entrudo, come-se tudo", este evento homenageou a cultura rural e o espírito de partilha, com pratos típicos como papas laberças, cabeça de porco, enchidos, feijoca com batata e legumes, e o clássico arroz doce, num dia de excessos saborosos, convívio e celebração da herança culinária de Maceira (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

**Figura 4. Domingo Gordo na Aldeia.**



Fonte: Elaboração própria.

O Jantar Típico Português, destinado a participantes estrangeiros, alojados no âmbito da atividade 1 na Rede de Alojamentos Turísticos associados ao projeto, teve como objetivo dar a conhecer a gastronomia de Maceira. Durante o jantar, foram degustadas diversas especialidades, incluindo caldo verde, bacalhau, enchidos, queijos e arroz doce, num evento que proporcionou uma experiência cultural autêntica, promovendo o convívio e o contacto direto com os sabores e tradições da aldeia.

Decorrente da aplicação dos questionários aos participantes nas atividades gastronómicas, verifica-se que os produtos e especialidades mais degustados foram o queijo, a sopa, o bacalhau, as batata, o vinho e o arroz-doce, entre outros.

Dos 115 participantes nesta atividade, 77% dos inquiridos ficaram muito satisfeitos e 19% ficaram satisfeitos com a participação nos eventos gastronómicos.

### **5.3 Atividade 3 - Maceira Digital**

As redes sociais desempenham um papel crucial na promoção de destinos turísticos e culturais, sobretudo quando integram elementos autênticos da região, como a população local, os produtos endógenos, as artes, os ofícios, os saberes tradicionais, a natureza e a fauna. Esta valorização do que é local nas campanhas digitais não só aumenta o *engagement* do público, como também reforça a imagem do destino e potencia benefícios económicos e sociais para a comunidade envolvente. Esta metodologia/estratégia não apenas enriquece a narrativa e a autenticidade das publicações, mas também fortalece a identidade e a ligação emocional com o público-alvo.

Foi com base nestes pressupostos, que toda a metodologia de comunicação digital do projeto Maceira Embaixadores D'Aldeia foi concebida, não sem antes se ter emponderado parte da população local através de formação em tecnologias digitais e em particular na utilização de redes sociais.

Foram escolhidos o Facebook, o Instagram e o YouTube como plataformas de comunicação do projeto Maceira Embaixadores D’Aldeia por estas permitirem alcançar um público amplo e diversificado. O Facebook disponibiliza uma plataforma abrangente para interação e partilha de conteúdos, o Instagram para mostrar visualmente a beleza da região e dos produtos locais. Por sua vez, o YouTube foi escolhido para a disponibilização de vídeos do projeto.

Assim, com esta atividade, procurou-se comunicar as experiências que os turistas poderiam desfrutar em Maceira e a metodologia adotada assentou maioritariamente numa estratégia de comunicação digital, com foco no envolvimento da população local e na promoção dos recursos endógenos (como produtos locais, saberes tradicionais, fauna e natureza).

Esta estratégia de comunicação assentou em três ações distintas Clique ou toque aqui para introduzir texto.:

Ação 3.1 Redes Sociais - Facebook e Instagram. Estas duas plataformas de redes sociais foram povoadas com recurso à partilha de histórias, tradições e recursos locais, bem como da promoção do turismo e da cultura tanto a nível local como regional. Paralelamente, foi desenvolvido um programa de capacitação destinado aos habitantes da aldeia, com o intuito de os preparar para a utilização das redes sociais e da aplicação "Embaixadores D’Aldeia", tendo em conta que alguns dos “Embaixadores” não estavam familiarizados com estas ferramentas digitais.

Ação 3.2 Canal de YouTube “Nós somos a aldeia”. Foi criado o canal de YouTube da aldeia de Maceira - Nós somos a aldeia. Com a participação direta da comunidade, este canal é povoado com conteúdos semelhantes aos divulgados no Facebook e Instagram, mas com recurso a vídeos de maior duração (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

**Figura 5.** Canal Youtube, vídeo “Sabem a diferença entre o cebolo e a cebola?”



**Sabem a diferença entre cebolo e cebola? \***   
**Embaixadores de Aldeia**

12 mil visualizações • há 2 anos

Fonte: Elaboração própria.

Ação 3.3 Vídeo “Nós Somos a Aldeia”. Foi produzido um vídeo comunitário “Nós Somos a Aldeia”, com o propósito de promover turisticamente a aldeia de Maceira e o seu território. O vídeo contou com a participação dos próprios habitantes da aldeia, para que o mesmo reflita a autenticidade das pessoas e a identidade da aldeia.

A base teórica da estratégia de comunicação digital foi o modelo de Roque & Raposo (2016), que recorre a três fases distintas (análise, formulação e implementação), mas no projeto aplicou-se unicamente a fase 3: Implementação, e o recurso aos seguintes módulos desta mesma fase: (i) Implementação: criação e programação de conteúdos, gestão de redes sociais, interação com o público — com um mínimo de 3 publicações semanais; (ii) Monitorização e avaliação: análise de métricas como alcance, *engagement*, número de seguidores e feedback; e por último, (iii) Afinação: ajuste de estratégia com base nos conteúdos que geraram maior interação.

A atividade “Maceira Digital”, integrada no projeto Maceira - Embaixadores D’Aldeia, foi implementada com o objetivo de promover o território e reforçar a identidade local através da capacitação digital da comunidade e da utilização estratégica de redes sociais. Esta atividade operacionalizou-se em três ações principais: gestão das redes sociais Facebook e Instagram (ação 3.1), criação e dinamização de um canal no YouTube (ação 3.2) e produção de um vídeo comunitário promocional (ação 3.3).

Assim, assinalam-se os resultados mais relevantes relativos às três ações que compuseram a atividade Maceira Digital, centrada na capacitação digital da comunidade local, na valorização dos recursos endógenos e na promoção turística do território através das redes sociais.

No âmbito da ação 3.1, foram realizadas 37 sessões de capacitação dirigidas à população local, tendo resultado na formação de 14 Embaixadores D’Aldeia, o que representa um resultado significativo atendendo à dimensão populacional da freguesia de Maceira. A página de Facebook, criada em setembro de 2021, revelou um desempenho positivo e em crescimento contínuo. Entre 25 de julho de 2022 e 25 de julho de 2023, o alcance da página ultrapassou as 350 mil visualizações, com uma melhoria notória a partir de dezembro de 2022. A página registou ainda um total de 216 novos gostos, acumulando 1723 seguidores até à data final da análise. A audiência revelou-se maioritariamente feminina (66,3%), com predominância na faixa etária dos 55 aos 64 anos. As principais localizações geográficas dos seguidores foram Fornos de Algodres e Portugal.

O desempenho do Instagram, embora menos expressivo, foi igualmente positivo. Durante o mesmo período de análise, o alcance máximo diário foi de 624 contas, com um total de 326 visitas ao perfil e 50 novos seguidores, o que permitiu atingir os 186 seguidores no total. A audiência desta rede é composta maioritariamente por mulheres (51,2%), com maior incidência na faixa etária dos 35 aos 44 anos. Tal como no Facebook, os seguidores são maioritariamente oriundos de Fornos de Algodres e de Portugal.

A ação 3.2 consistiu na criação do canal de YouTube “Nós Somos a Aldeia”, que se revelou uma ferramenta relevante de envolvimento comunitário e de disseminação do conteúdo produzido localmente. À data de 25 de julho de 2023, o canal contava com 370 subscritores e 49 vídeos publicados, que somavam mais de 50 mil visualizações. O vídeo mais visualizado, intitulado “*Sabem a diferença entre cebolo e cebola?*”, ultrapassou as 11 mil visualizações. Os conteúdos foram organizados em três playlists temáticas: (i)

Fauna de Maceira; (ii) Gentes & Tradições; e (iii) Isto é Maceira, envolvendo diretamente 29 membros da comunidade local enquanto participantes ativos.

Por fim, na ação 3.3, foi produzido o vídeo promocional comunitário “Nós Somos a Aldeia”, com a duração de 2 minutos e 34 segundos. Este vídeo, gravado integralmente em Maceira e com a participação de 25 habitantes locais, teve como objetivo divulgar a autenticidade do território, valorizando simultaneamente o património imaterial da aldeia. O vídeo foi apresentado no evento de encerramento do projeto, simbolizando o culminar da atividade de comunicação digital.

Os resultados obtidos demonstram o impacto positivo da estratégia implementada, evidenciado pelo crescimento progressivo das métricas nas diversas plataformas digitais, pela participação ativa da comunidade e pela valorização dos elementos culturais e endógenos do território. A produção de conteúdos autênticos e enraizados na identidade local revelou-se eficaz na promoção do destino, reforçando o sentido de pertença dos residentes e contribuindo para a coesão social. Apesar de algumas limitações metodológicas, nomeadamente a ausência de dados qualitativos e a impossibilidade de aferição precisa do *engagement* das publicações, os indicadores recolhidos permitem concluir que a atividade “Maceira Digital” foi determinante para o sucesso comunicacional e turístico do projeto.

## 6. CONCLUSÕES

O projeto Maceira - Embaixadores D’Aldeia demonstrou que o envolvimento ativo da comunidade, aliado à valorização dos patrimónios culturais, sociais e imateriais, pode constituir uma estratégia diferenciadora de desenvolvimento local e turístico. A mobilização dos residentes enquanto embaixadores do território revelou-se essencial para reforçar a identidade coletiva, aumentar o sentimento de pertença e promover a intergeracionalidade, contribuindo para a coesão social e para a dinamização económica.

A experiência adquirida nesta iniciativa criou uma base sólida que importa consolidar e expandir. O futuro do projeto passa pela sua continuidade e pela ampliação territorial, incentivando outras aldeias e comunidades a adotar estratégias semelhantes de turismo comunitário e participativo. A motivação e disponibilidade dos agentes locais para o trabalho em rede, bem como a valorização das parcerias já estabelecidas, constituem oportunidades que devem ser potenciadas, ampliando a rede de associações e entidades envolvidas.

Entre os eixos estratégicos a reforçar, destacam-se a aposta na gastronomia como produto diferenciador, a (re)estruturação contínua da oferta turística para garantir a sua atualidade e atratividade, e o fortalecimento das competências dos agentes locais através de programas de capacitação. Da mesma forma, a promoção de experiências autênticas ligadas ao *modus vivendi* da aldeia, aliada a uma estratégia digital robusta, poderá consolidar o posicionamento do território enquanto destino turístico de referência.

Finalmente, garantir o acesso a infraestruturas digitais de qualidade, nomeadamente internet estável e acessível, é condição necessária para que a aldeia se mantenha competitiva e atrativa num mundo cada vez mais conectado. Em suma, Maceira surge como exemplo inspirador de como a inovação social, a participação comunitária e a valorização do património podem ser motores de transformação sustentável, oferecendo um modelo replicável de desenvolvimento rural em Portugal.

*Journal of Tourism and Heritage Research* (2025), vol.8, nº 4, pp. 67-87, Guerra, R.; Ramos, E.; Rodrigues, C.; Lopes, A.; Oliveira, A. & Roque, V. “Community-based tourism and sustainable and inclusive development: the Maceira–Village ambassadors project”

---

### Agradecimentos:

Projeto "Maceira – Embaixadores D’Aldeia" POISE-03-4639-FSE-000769, teve como entidade implementadora a Associação de Maceira e foi desenvolvido com o apoio da iniciativa Portugal Inovação Social – Parcerias para o Impacto e contou com a participação da Câmara Municipal de Fornos de Algodres, Junta de Freguesia de Maceira, GC & Lopes – Materiais de Construção Lda., Farmácia Portugal e Restaurante Quinta do Cochel como seus principais investidores sociais.

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto com a ref. <sup>a</sup> UID/05488.”



### BIBLIOGRAFIA

- Agüera, F. O. (2013). El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible de los Destinos Subdesarrollados. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 38(2).
- Altaba, P., & García-Esparza, J. A. (2021). A Practical Vision of Heritage Tourism in Low-Population-Density Areas. The Spanish Mediterranean as a Case Study. *Sustainability*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13095144>
- del Pulgar, M., Sánchez, M. L., Gilabert, C. V., Antonio-García, M. Á., Sánchez-Salazar, F., & Cabrera, A. T. (2024). A Territorial Strategy for the Activation of Tourism in Low Population Density Heritage Landscapes. *Land*, 13(5). 1-17.
- Domingos, S. (2011). Dos modelos de desenvolvimento local aos projectos de animação cultural : conceitos, dimensões e desafios. *I Jornadas de Animação Cultural: Que Desafios*.
- European Comission - Culture and Creativity. (2019). *Sustainable Cultural Tourism*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/164ea9c5-2255-11ea-af81-01aa75ed71a1>
- Heredia-Carroza, J., Fernández, I. M., & Palma, L. (2023). Cultural Heritage and Its Impact on Territorial Development: The Case of Spain. Em Gomez, H., & Antošová, G. (Eds.), *Considerations of Territorial Planning, Space, and Economic Activity in the Global Economy*. IGI Global Scientific Publishing, pp. 116-125.
- Hernández, S. M. A, Vaca, D. M. G., Cejas, M. C. N., Martínez, M. F. C., Aguirre, P. E. M., & Mora, O. P. F. (2021). Quality and Tourism Supply: A Study of Enterprises Linked to Rural Community-Based Tourism in the Canton of Riobamba. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(4), 130-140.
- INE. (2025). <https://censos.ine.pt/>.
- Jaramillo, C. A. A., Arciniegas, C. M. A., Sánchez, E. O. P., & Janne, P. C. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 92-104.

*Journal of Tourism and Heritage Research* (2025), vol.8, nº 4, pp. 67-87, Guerra, R.; Ramos, E.; Rodrigues, C.; Lopes, A.; Oliveira, A. & Roque, V. “Community-based tourism and sustainable and inclusive development: the Maceira–Village ambassadors project”

---

JFMaceira. (2025). <https://www.jf-maceira.pt/>.

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches - towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156.

Marques, A. (2010). Da Construção do Espaço à Construção do Território. *Fluxos & Riscos*, 1, 75-88.

Marques, M. P. (2001). *Terras de Algodres (Concelho de Fornos)*. Câmara Municipal de Algodres.

Martínez, M. F. C., Hernández, S. M. A., Báez, L. A. Q., Bedón, M. F. Q., & Velazco, D. J. M. (2020). The Competencies of Human Talent Linked to the Development of Community Based Rural Tourism in the Province of Chimborazo Ecuador. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(6), 1400-1406.

Muñoz, E., & Llanos, L. (2021). Destinos turísticos patrimoniales y la museificación del territorio. Estudio comparativo entre Santa Fe de Antioquia (Colombia) y San Cristóbal de Las Casas (México). *EURE (Santiago)*, 47, 49-70.

Nogué, J. (2010). El retorno al paisaje. *Enrahonar: An International Journal of Theoretical and Practical Reason*, 45, 123-136.

Pröbstl, U. (2010). Strategies For Tourism Development In Peripheral Areas In The Alpine Area. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 139, 3-11.

Roque, V., & Raposo, R. (2016). Social media as a communication and marketing tool in tourism: an analysis of online activities from international key player DMO. *Anatolia*, 27(1), 58-70.

Roque, V., Guerra, R., Lopes, A., Rodrigues, C., Ramos, E., & Oliveira, A. (2024). Social Networks and the Engagement of the Resident Community in the Promotion of Tourism: the case of Maceira Digital. Em *Proceedings of the INVTUR Conference 2024*, Malta, A. M., Costa, C., Brandão, F., Cunha, M., Martins, M., Rodrigues, V., & Breda, Z. (Eds.), Aveiro, Universidade de Aveiro, pp. 1113-1137.

Sánchez, M. L., del Pulgar, M. L. G., & Cabrera, A. T. (2022). Perspectives on proximity tourism planning in peri-urban areas. *European Planning Studies*, 30(12), 2456-2473.

Sandelowski, M. (2000). Combining Qualitative and Quantitative Sampling, Data Collection, and Analysis Techniques in Mixed-Method Studies. *Research in Nursing & Health*, 23(3), 246-255.

Toribio, J. M. F. (2015). El patrimonio territorial: algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor. *Erph\_ Revista Electrónica De Patrimonio Histórico*, 200–224.