

# LIVRO DE ATAS

ENCONTRO  
INTERNACIONAL  
DE EDUCAÇÃO  
AMBIENTAL  
**2024**





## **URJALÂNDIA: ALDEIA DE NATAL SUSTENTÁVEL - UM PROJETO PIONEIRO EM PORTUGAL**

**Marina Mendes**

Câmara Municipal de Amares (Portugal)/ ambiente@municipioamares.pt

**Vítor Ribeiro**

University of Minho/Lab2PT (Portugal)/ D5803@geografia.uminho.pt

**Cláudia Pereira**

University of Minho/Lab2PT (Portugal)/ PG49284@geografia.uminho.pt

### **Abstract**

Tourism is considered as an engine of territories development. In this context, creative and sustainable tourism can play a decisive role in low-density territories. In Portugal the number of villages where the ageing, the lack of commercial, business, and industrial attractiveness has been increasing and accentuating the emptying of these territories. The village of Urjal, located in Seramil, with about twenty inhabitants, was classified in the network of villages of “saudade”. In 2017, the sustainable/creative tourism initiative “Urjalândia – village of sustainable Christmas” reversed all the trends of territorial development by putting it on the map and by attracting strong investments for the dynamization of this territory. This article seeks to combine the more theoretical component associated with Tourism and the aspect of a case study, marked by the success of an event that values the environmental heritage.

Keywords: Environmental Education, Sustainability, Tourism, Healthy Villages

### **Resumo**

O Turismo é considerado um motor de desenvolvimento dos territórios. Neste contexto o Turismo criativo e, particularmente o sustentável, podem assumir um papel determinante em territórios de baixa densidade. Em Portugal o número de aldeias onde o envelhecimento demográfico, a falta de atratividade comercial, empresarial e industrial tem vindo a aumentar e a acentuar o esvaziamento destes territórios. A aldeia do urjal, localizada em Seramil, alberga cerca de duas dezenas de habitantes, foi classificado na rede de aldeias da saudade. Em 2017 a iniciativa de turismo sustentável/criativo Urjalândia – aldeia de Natal sustentável inverteu todas as tendências de desenvolvimento territorial ao colocá-la no mapa e ao atrair fortes investimentos para a dinamização deste território. Este artigo procura aliar a componente mais teórica associada ao Turismo e a vertente de um caso de estudo, marcado pelo sucesso de um evento que valoriza o património ambiental.

Palavras-chave: Educação ambiental, Sustentabilidade, Turismo, Aldeias da Saudade



## Introdução

O turismo pode ser definido como a atividade ou as atividades económicas decorrentes das deslocações e permanências dos visitantes (Cunha, 2009), no entanto, esta definição pode tornar-se vaga, sendo que o turismo é um fenómeno difícil de descrever e não há uma definição que seja universal (Mill e Morrison, 2002), sendo assim o conceito de turismo apresenta interpretações diversas e várias definições, tendo sofrido grandes alterações ao longo do tempo. O conceito surgiu em 1910 com o autor austríaco Herman Von Schullern Schrattenhoffen, no entanto, foram os professores Valter Hunziker e Kurt Krapf no ano de 1942 que estabeleceram a definição mais elaborada, sendo que consideraram o turismo como o conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que estas deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal (Oliveira, 2014).

Hunziker e Kraft (1942) consideram que o turismo é o conjunto de relações e fenómenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que esses deslocamentos e permanências não sejam motivados por uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária (Oliveira, 2014). Mais tarde, em 1982, Mathieson e Wall, definem turismo como o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas. Estes dois autores introduziram o caráter mais temporário das atividades turísticas com a introdução do conceito “período inferior a um ano”, introduziram também uma importante perspetiva da oferta ao mencionar as facilidades criadas e o fundamento de todas as atividades turísticas, que é a satisfação das necessidades dos turistas (Oliveira, 2014)(Ribeiro et al., 2020b, Ribeiro et al., 2020a). Mais tarde, em 1994 a OMT define o turismo como as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes da sua área de residência habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outros (Oliveira, 2014). Em 1997, surge a definição de Baptista que aponta que o turismo se trata da atuação de um indivíduo em viagem e cuja decisão foi tomada com base em perceções, interpretações, motivações, restrições e incentivos e representa manifestações, atitudes e atividades, sendo tudo isto relacionado com fatores psicológicos, educacionais, culturais, étnicos, sociais, políticos e económicos, viagem essa que envolve uma multiplicidade de agentes institucionais e empresariais desde que o viajante parte até ao seu regresso, situação essa que se estende ao próprio turismo como setor de atividade que, como é fundamentalmente económica, tem significados, implicações, relações e incidências culturais, ambientais e sociais (Baptista, 1997).

O termo turista remonta ao século XVIII e está associada ao Grand Tour, que tinha paragens obrigatórias em Paris, Roma, Florença e outras cidades europeias para visitar centros de arte e cultura da época. Quem realizava a Grand Tour eram os membros das famílias ricas inglesas, normalmente estudantes, diplomatas e intelectuais que se passavam a chamar de *touristes*, nome que derivava de *Tour*. Com a evolução do turismo e do seu alargamento a outros mercados emissores, o termo atualmente aplica-se a todos os utentes da atividade turística, independentemente de fatores sociais, culturais e económicos que os caracterizam e do tipo de viagem que realizam (Oliveira, 2014). Segundo a OMT e a ONU, o termo visitante compreende os termos turista e visitante do dia, constitui o conceito básico de todo o sistema estatístico do turismo (ONU e OMT, 1994 e OMT, 1995). O visitante é a pessoa que se desloca para um local diferente do seu ambiente habitual por menos de 12 meses consecutivos, sendo que o objetivo principal de viagem seja outro que não exercer uma atividade remunerada no local visitado. Os visitantes são classificados como turistas se passarem a noite fora da sua residência, ou visitantes do mesmo dia se não pernitem em alojamento coletivo ou privado no local (OMT, 1995).



Ignarra (2003) define recursos turísticos como os atrativos turísticos que formam a matéria-prima do produto turístico (Ignarra, 2003 in Oliveira, 2014). O turismo vive dos recursos que estão disponíveis, isto porque os turistas hoje em dia não procuram apenas entretenimento, procuram também formação através do lazer, de forma a enriquecerem os seus conhecimentos (Quinta et al., 2020, Remoaldo et al., 2019, Remoaldo et al., 2018). Os recursos turísticos são o conjunto de recursos que estão à disposição da atividade turística, como por exemplo um hotel, um museu, uma galeria de arte ou até mesmo uma estrada. Os modos de vida e a própria hospitalidade das pessoas também são recursos que podem ser considerados para a criação de um produto turístico. Um destino, por si só, não é um produto turístico capaz de responder à procura, é necessário que tenha acessos, alojamentos, infraestruturas de apoio, e ainda, o mais importante que é a sua atração turística (Oliveira, 2014).

O turismo é uma atividade que se tem vindo a desenvolver ao longo dos anos para conseguir dar resposta às necessidades dos turistas e do mercado, sendo assim, têm vindo a surgir novas formas e novas práticas de turismo, sendo que o turismo criativo e o turismo de aldeia se enquadram nessas novas práticas. Segundo a Creative Tourism Network (2010), o turismo criativo é a nova geração do turismo, que permite aos viajantes descobrir e entender a cultura local através da participação nas atividades artísticas e criativas com os moradores (co-criação de experiências) (Creative Tourism Network, 2010). No ano de 2000 surge a primeira definição de turismo criativo, desenvolvida por Richards e Raymond a partir da perceção de um crescente interesse do turista pela cultura e vivência local e também por uma experiência mais ativa. O interesse pelo turismo participativo, onde o turista deixa de ser apenas um mero observador para se tornar parte das atividades, foi a inspiração para o desenvolvimento do conceito de turismo criativo (Scaldelai, 2019)(Lopes et al., 2022, Ribeiro et al., 2020c, Remoaldo et al., 2020, Matos et al., 2019). Devido à massificação que acabou por transformar o setor cultural num produto turístico, o turismo começou a enfrentar algumas dificuldades em afirmar-se como uma atividade sustentável, sendo assim, passou a apresentar características padronizadas e mercantilizadas da cultura. Devido a isso, começaram a ocorrer transformações para conseguir trazer à atividade turística características de práticas mais contemporâneas, isto para atender a um mercado que procura cada vez mais as experiências, e não propriamente apenas produtos e serviços (Scaldelai, 2019). Os novos formatos do turismo demonstram estas transformações, começando a surgir a discussão de um turismo mais flexível, mais integrado, mais segmentado e beneficiário de uma maior consciência ambiental, onde os turistas são mais independentes e possuem um maior grau de formação, indo assim em busca de experiências novas e aventuras (Ramos e Fernandes, 2014). Esta prática nova do turismo é assente em necessidades emergentes do turista que procura as novidades, o exótico e a criatividade (Scaldelai, 2019 e Ramos e Fernandes, 2014). Podemos então dizer que o próprio perfil dos turistas começa a sofrer modificações, os interesses mudam, param de consumir produtos e serviços e de frequentar destinos massificados, procuram relações mais significativas e interativas com o local que visitam (Beni, 2004).

Hümmel (2016) afirma que o novo turista procura destinos que sejam sustentáveis, singulares e ofereçam experiências e atividades onde o turista sinta o que o destino pode oferecer no que toca ao contacto com os locais. Filipe (2009) classifica este novo turista como criativo, isto devido ao desejo de se envolver ativamente na cultura dos países e das comunidades que visita, afastando-se do turista observador mais típico do turismo de massas. Para além disso, este tipo de turismo também visa o desenvolvimento local, visto que as comunidades onde são praticadas estas atividades passam a ver o turismo para além de um emprego, mas também como uma maneira de inclusão nas decisões referentes à forma como o turismo será aplicado (Hümmel, 2016 e Filipe, 2009).

A UNESCO (2007) define o turismo criativo como o turismo em que o viajante tem uma interação educativa, emocional, social e participativa com o lugar, a sua cultura e os residentes. Os turistas sentem esses destinos como cidadãos (UNESCO, 2007). Já Molina (2011) delinea o turismo criativo como o turismo que tem como protagonista a comunidade local e o seu ambiente, ou seja, a comunidade é a responsável pelo desenvolvimento do turismo criativo na sua localidade, tendo por base a sua realidade (Molina, 2011). Apesar do conceito de turismo criativo mostrar-se ainda em construção, todas as definições apresentadas anteriormente têm como característica em comum a experiência ativa do turista na atividade, de forma a proporcionar uma aproximação com a comunidade local e a sua cultura (Scaldelai, 2019).



Richards (2012) aponta que o turismo criativo nada mais é do que uma resposta ao mercado saturado, uma reinvenção do turismo, incluindo uma ampla série de experiências criativas, sendo ou não o conteúdo criativo o principal fator. O turismo criativo possibilita o desenvolvimento de experiências únicas, sendo que o cunho pessoal de cada visitante proporciona o usufruto de momentos únicos e uma maior compreensão do significado dos valores, vivências e cultura locais, permitindo desta forma a aquisição de novas competências (Scaldelai, 2019). É muito importante entender que o desenvolvimento do turismo criativo está diretamente relacionado com a interação ativa entre o turista, a cultura e a vida criativa da comunidade local (Richards, 2016 in Scaldelai, 2019).

Já o turismo em espaço rural (TER) define-se como um conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados em zonas rurais. Em Portugal o TER inclui a hospedagem em solares e casas apalaçadas, quintas onde se desenvolvem atividades agrícolas, casas rústicas e ainda em hotéis rurais e parques de campismo rurais, sendo que estes serviços de hospedagem se encontram repartidos em sete categorias, legalmente definidas, sendo que o Turismo de Aldeia é o que nos interessa destacar, sendo o que proporciona a estadia numa casa típica de aldeia, é o serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores, devendo integrar-se na arquitetura típica local (Silva, 2006).

A sustentabilidade é o princípio norteador capaz de contribuir para o desenvolvimento mais centrado no Homem e no ambiente, sendo assim o desenvolvimento sustentável pode ser visto como uma abordagem territorial capaz de incluir o desenvolvimento social, económico e a preservação ambiental num processo dinâmico que se baseia no pressuposto que é sim possível existir desenvolvimento sem ser necessário destruir o ambiente. Nesse sentido, durante os anos 90 surgiram alguns documentos e textos oficiais tais como a 'Carta de Turismo Sustentável' publicada pela UNESCO em 1995 e o 'Código Mundial de Ética do Turismo' publicada também pela UNESCO em 1999, onde foram apontadas as metas para o desenvolvimento do turismo, no contexto da sustentabilidade, metas estas que abrangem o económico, social e o ambiental. O turismo deve valorizar práticas alternativas e responsáveis que respeitem a sustentabilidade ecológica, económica e também sociocultural, as práticas do turismo devem ter por base a identidade local, o respeito pelas necessidades e aspirações das comunidades locais, a autenticidade e a preservação ambiental (Ferreira, González e Liberato, 2018). O turismo sustentável é um turismo com baixa densidade de procura, tratamento individualizado, contacto com ambientes saudáveis e espaços ecologicamente equilibrados, e o mais importante, lugares com identidade cultural forte. Para além disso, os próprios turistas também são cada vez mais conscientes e conhecedores das questões ambientais, são sensíveis ao impacto das suas ações sobre os territórios, sendo que desejam contribuir de forma positiva (Ferreira, González e Liberato, 2018).

O turismo é também um grande contributo para o desenvolvimento local, que é o processo onde o objetivo é a melhoria da qualidade de vida de uma comunidade, pelo que o protagonismo é dos atores locais, seja na formulação de estratégias, seja na tomada de decisões e implementação das atividades. O desenvolvimento local remete-nos para uma identidade local forte que estimula e estrutura o potencial de iniciativas de uma comunidade. As pessoas fazem parte da história de um local, sendo que essa história não é apenas passada de geração em geração mas faz parte da pertença a um local. A identidade territorial é algo complexo, centrado na originalidade das realidades geográficas físicas e humanas das regiões, sendo que tem vindo a ser reconhecido como um fator de competitividade à escala local. Valorizar a autenticidade da identidade territorial tem-se tornado a solução para as políticas de desenvolvimento local e regional, sendo imprescindível ser considerada no desenvolvimento de várias propostas turísticas (Ferreira, González e Liberato, 2018).



O turismo tem no meio local os recursos necessários, sendo que a preservação desses recursos é condição essencial para poder dar continuidade e evolução à própria atividade turística. O turismo utiliza os recursos do território e é um importante fator de valorização das tradições e costumes, ajuda os visitantes e as populações visitadas a ter maior respeito e salvaguarda pelo património histórico, arquitetónico e natural. Para além disso, como existe um maior respeito pelo meio envolve por parte dos turistas, melhora também as relações com as comunidades locais e contribuiu para o enriquecimento dessas mesmas relações de forma a aumentar a qualidade da experiência vivida pelo turista. Para além disso, os locais também estão cada vez mais conscientes em relação ao valor dos seus recursos naturais e sabem o papel importante que desempenham no futuro das suas comunidades. Desta forma, o turismo deve ser praticado tendo por base os princípios do desenvolvimento local, deve assegurar a manutenção do património natural e cultural e a satisfação do turista e do residente, deve ser uma atividade simultaneamente sustentável. O turismo sustentável é, portanto, um instrumento de preservação e reabilitação da identidade local, fazendo com que o homem, a cultura e a natureza criem laços (Ferreira, González e Liberato, 2018).

Desta forma, o turismo criativo poderá ajudar a resolver os conflitos do desenvolvimento sustentável, isto porque ajuda a criar vínculos entre os diferentes objetivos e recursos dos atores envolvidos de forma a evitar conflitos e permitir resultados de compromisso de sustentabilidade no turismo. Sòlene (2011) afirma que o turismo criativo pode ser utilizado como forma de criar laços mais fortes e mais significativos entre os objetivos sociais, económicos e ambientais do desenvolvimento sustentável (Sòlene, 2011). Para além disso, o turismo criativo também minimiza o fluxo turístico em cada local e permite diminuir os impactos negativos sobre os territórios, indo de encontro aos objetivos da sustentabilidade. O turismo criativo pode ter um papel fundamental no desenvolvimento sustentável ao promover comportamentos de mudança nos turistas, especialmente no que diz respeito ao meio ambiente, promove a preservação dos recursos naturais e reduz o desperdício e a poluição. Sendo assim, o turismo criativo pode ser visto como uma oportunidade de desenvolvimento local sustentável. O turismo criativo também fomenta os contactos com as populações locais e com a sua cultura, fazendo com que os turistas se envolvam, de facto, com os territórios e tirando partida dos recursos endógenos dos mesmos e contribuindo para o desenvolvimento endógeno (Sòlene, 2011 in Ferreira, González e Liberato, 2018).

Podemos então dizer que este segmento do turismo como valoriza o capital cognitivo, cultural e simbólico permite valorizar a memória coletiva, sendo que daí decorre um maior respeito pela preservação de características essenciais de cada local fazendo com que se fortaleçam os laços de confiança e cooperação e se promova o bem-estar social e comunitário, ou seja, o desenvolvimento local duradouro, logo sustentável (Ribeiro et al., 2020b). Para além disso, este tipo de turismo também acrescenta ao mercado habilidades tradicionais das comunidades, sendo que a população local melhora as suas economias através deste tipo de turismo, isto porque se criam produtos únicos, desenvolvem-se infraestruturas locais e reforçam-se políticas de suporte ao desenvolvimento do turismo criativo, tendo assim um papel importantíssimo para o desenvolvimento local através dos lucros, da geração de postos de trabalho, da integração das dimensões económicas, culturais e social e do desenvolvimento das indústrias criativas (Ferreira, González e Liberato, 2018)

Acredita-se que a Aldeia do Urjal, inicialmente se chamaria de Urzal, isto devido à urze, arbusto predominante nos montes que rodeavam a aldeia (A voz da Abadia, 1993, p.2). A aldeia do Urjal pertence à União de freguesias de Vilela, Seramil e Paredes Secas, no Município de Amares, que pertence ao distrito de Braga, assim como se pode observar no mapa representado pela figura 1.

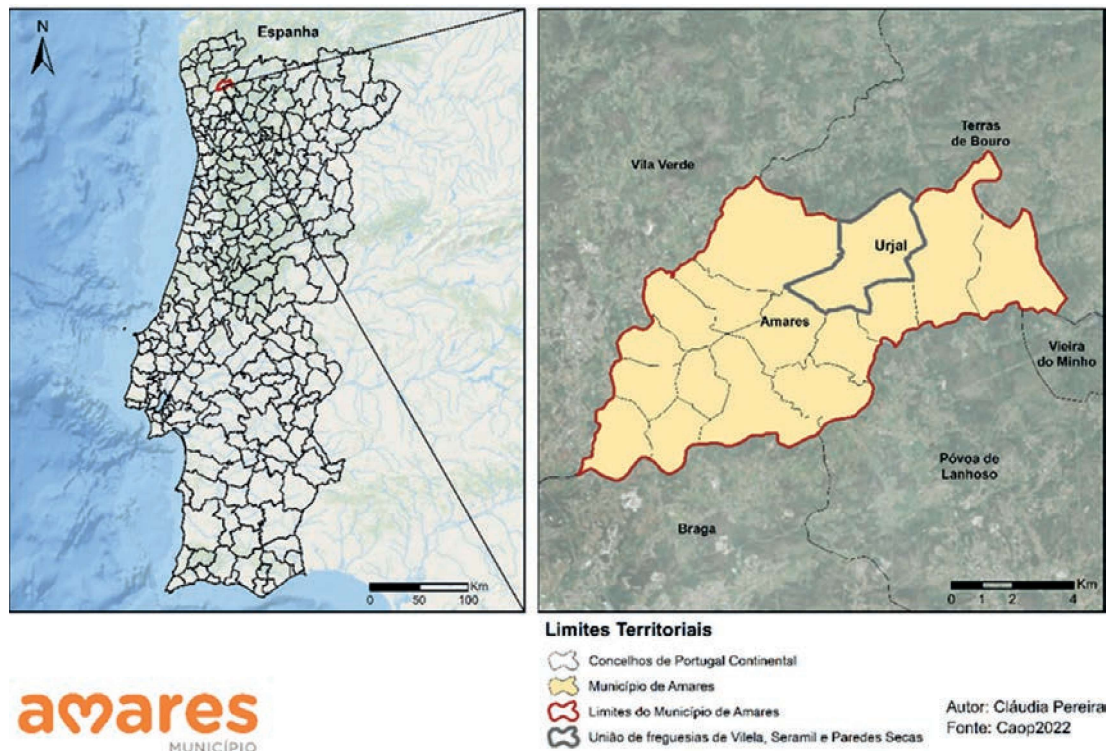


Figura 1 | Mapa de Enquadramento do Município de Amares e da União de freguesias de Vilela, Seramil e Paredes Secas

Fonte: Elaboração própria tendo por base a CAOP2022.

A aldeia do Urjal encontra-se encaixada nas encostas da Serra de Santa Isabel e do Monte da Abadia e conta com cerca de 20 habitantes (Aldeias de Portugal, 2023 e ComUM, 2023) pertence à freguesia de Seramil que se e insere na União de Freguesias de Vilela, Seramil e Paredes Secas. A aldeia do Urjal era uma aldeia bastante remota, que estava a ficar sem pessoas, isto devido à emigração e também devido à procura de novos locais para trabalhar e, conseqüentemente para habitar. As poucas pessoas que lá ficaram recusaram-se a deixar a aldeia cair no esquecimento, sendo que a forma que encontraram para conseguir dinamizar a aldeia foi o turismo (Porto Canal, 2022). Cada casa transformou-se num ponto turístico para dar a conhecer as tradições existentes na aldeia. A aldeia do Urjal possui Turismo de habitação, é classificada como Aldeia da Saudade, sendo que as Aldeias da Saudade são um produto turístico local do Cávado, criado pela ATACHA (Associação de desenvolvimento das terras altas do Homem, Cávado e Ave) para promover e valorizar um conjunto de aldeias tradicionais de montanha que conseguem manter parte das suas características rurais únicas, sendo caracterizadas pela sua genuinidade, diversidade e pela diferença em relação a outros conceitos e destinos turísticos já existentes (ATACHA e Aldeias da Saudade, 2023). A Aldeia do Urjal é uma aldeia tipicamente minhota, rodeada de pastos verdes e com as encostas adjacentes trabalhadas em socalcos. A paisagem é ainda fortemente marcada pelas vastas e famosas plantações dos laranjais de Amares (Porto e Norte, 2016). Neste sentido, para ajudar a dinamizar a aldeia do Urjal através do turismo, surge o Evento “Urjalândia-Aldeia de Natal Sustentável”.



## Metodologia

A metodologia utilizada na elaboração desta investigação passou pela revisão da literatura existente sobre a problemática em análise de diferentes autores, nacionais e estrangeiros. Para tal, foi feita pesquisa bibliográfica e documental, no motor de busca 'Google académico'. Para conseguir recolher os documentos mais relevantes sobre o objeto de estudo desta investigação recorreu-se a descritores variados, como Turismo, Turismo criativo, Turismo em Espaço Rural, Turismo de Aldeia, Tourism, Creative Tourism e rural tourism, Aldeia Histórica do Urjal, Aldeia do Urjal e Aldeias da Saudade. Concluída esta pesquisa, foi feita a leitura e análise de cada documento recolhido para ajudar na elaboração da parte teórica. Para além disso, foi ainda efetuada uma análise bibliométrica, com recurso ao Scopus, tendo sido utilizados como descritores os termos 'Mountain Tourism', 'Environmental Tourism' and 'ecotourism'. Para além disso, foi ainda efetuada uma análise mais empírica sobre os impactos económicos do evento 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável', isto com base em notícias de vários veículos de comunicação para entender de que forma os investimentos neste evento resultaram, não apenas do ponto de vista da publicidade do território, mas também de outros investimentos que acabaram por ser feitos graças ao evento e à sua relevância.



## Resultados

O projeto 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável' surgiu em 2017, sendo um projeto pioneiro em Portugal que visa demonstrar práticas de sustentabilidade com a envolvimento de toda a comunidade rural, isto de forma a dinamizar a pequena aldeia do Urjal (Porto Canal, 2021). Este evento pretende prezar pela originalidade e singularidade, isto para que os visitantes possam ver a sua matriz natural e sentir a sua essência. A Urjalândia é a alavanca para o desenvolvimento de um território rural de montanha, sendo um projeto centrado na época natalícia, sendo que toda a aldeia é decorada de modo ecológico, através da reutilização de materiais recicláveis, de materiais naturais e que resulta de vários meses de trabalho de toda a comunidade rural. Normalmente são usadas tampas, rolhas, cortiças, palhas e madeiras, latas, entre outros materiais que possam ser reaproveitados. Este projeto tem como principais objetivos dinamizar e promover a aldeia histórica do Urjal, valorizar a paisagem natural e cultural e preservar as espécies ameaçadas, surgindo assim a ideia de criar a primeira aldeia ecológica (DGT, 2022).

A primeira edição do Evento ocorreu no ano de 2017, sendo que no ano de 2023 decorreu a 5ª edição do evento. Todos os anos se apostam em novas atividades diversas e novas atrações, sendo que ao longo das cinco edições contou com animações de rua, desportos radicais na natureza, jogos tradicionais, vários espetáculos, educação ambiental, venda de produtos endógenos, sensibilização ambiental, passeios a cavalo, exposição de aves de rapina, exposição de presépios, voo cativo em balão de ar quente, palhaços, exposição de dinossauros, e até mesmo a presença de um pai natal.



Figura 2, 3, 4 e 5 | Algumas fotografias do Evento 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável'

Fonte: Facebook da Câmara Municipal de Amares, 2018.

Depois de consultadas várias notícias, tanto de canais de televisão, como de jornais tais como o Porto Canal, RTP1, Jornal de Notícias, Correio do Minho, Diário do Minho, O Amarense e Terras do Homem, podemos constatar que os investimentos feitos neste evento foram muito importantes do ponto de vista da publicidade do Território, estima-se que tenham sido feitos investimentos de aproximadamente 300000 euros, sendo que a nível de visitantes ao longo das edições contam-se cerca de 20000 pessoas. Para além dos investimentos feitos no evento em si, a reboque de toda a publicidade e importância da 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável', resultaram outros investimentos importantes, como podemos observar pelo gráfico representado pela figura 6.

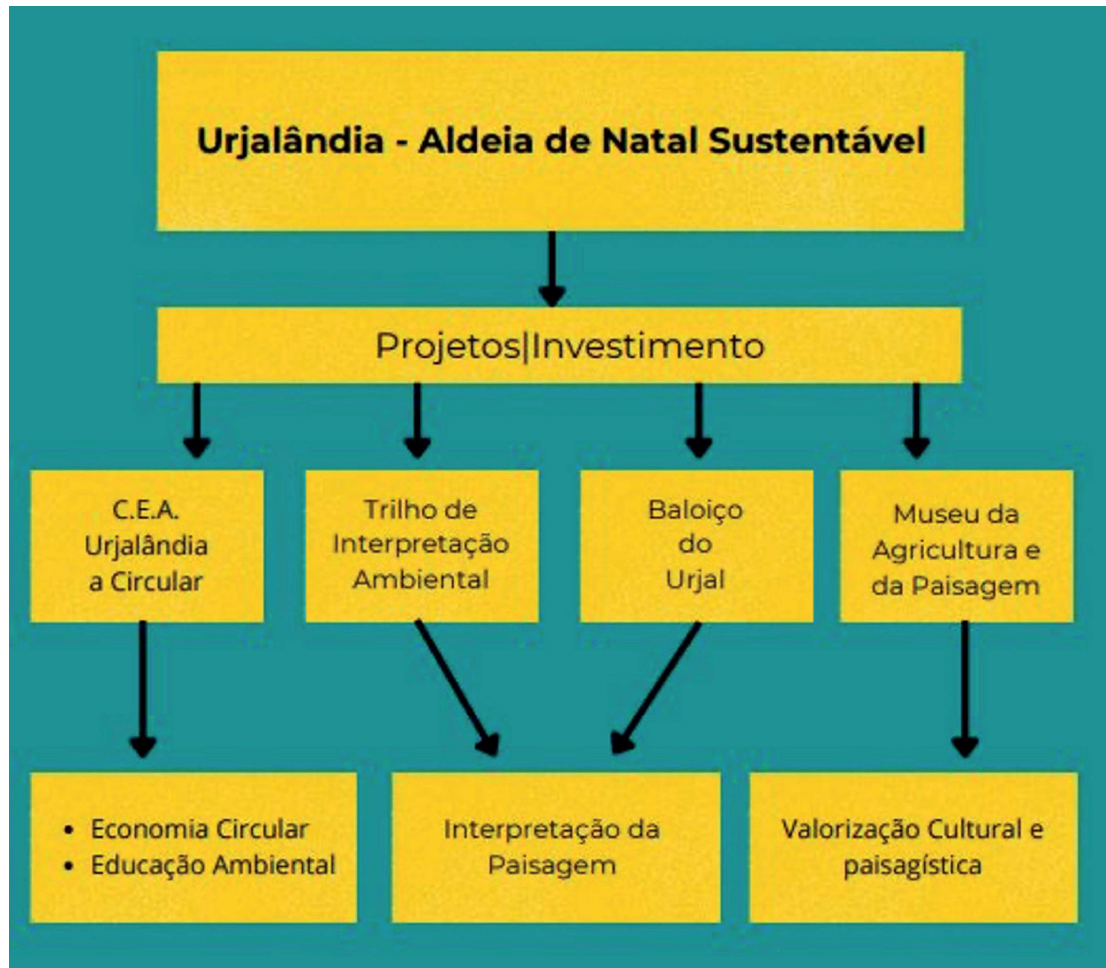


Figura 3 | Investimentos relacionados com o Evento 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável'

Fonte: Elaboração própria.



## Discussão

Podemos então perceber através desta investigação que a própria aldeia do Urjal possui características únicas, o facto de ser uma aldeia de montanha, em socacos, com pouco mais de vinte habitantes torna interessante e relevante para entender como é que um território tão remoto geograficamente consegue atrair tantos visitantes para o Evento 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável'. As características singulares desta aldeia são o que fornece originalidade a esta investigação, no entanto, se é pela peculiaridade desta aldeia que se conseguem analisar os seus traços originais e relevantes, é também devido ao facto de ser uma aldeia tão pequena que residem algumas das limitações desta pesquisa, tendo sido complicado encontrar artigos e informações sobre a mesma. Podemos destacar como aspetos positivos desta investigação toda a informação que se conseguiu recolher sobre a aldeia, não apenas sobre a sua localização e características, mas também sobre os seus costumes e tradições, sobre a sua gastronomia, as suas gentes e os seus mitos e lendas, de extrema importância para não deixar que estas aldeias se percam no tempo e caiam no esquecimento. Para além disso é também muito importante e de grande relevância entender que graças a este evento surgiram outros investimentos que são cruciais para manter a dinâmica desta aldeia, sendo que o Centro de Educação Ambiental 'Urjalândia a Circular', o Baloço do Urjal, O trilho de Interpretação Ambiental e o Museu da Agricultura e da Paisagem são iniciativas fundamentais para manter a aldeia Urjal com atividades e visitantes durante todo o ano.

Comparando esta investigação com outros artigos e outras investigações com tópicos semelhantes, conseguimos perceber a singularidade desta aldeia e também deste evento, sendo o único caso de desenvolvimento de uma aldeia de montanha tendo por base um Evento como este.



## Conclusão

Podemos então concluir que o turismo é uma atividade difícil de descrever, não existindo uma definição universal (Mill e Morrison, 2002). Conclui-se, desta forma, que o primeiro conceito surgiu em 1910, no entanto, apenas mais tarde em 1942 é que surgiu a definição mais elaborada que considerava o turismo o conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que estas deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal (Oliveira, 2014). Pode-se afirmar que ao longo dos anos vários foram os autores que foram elaborando novas definições de turismo, sendo que em quase todas elas, se concorda que o turismo é o movimento provisório das pessoas, para destinos fora dos seus lugares de residência e de trabalho e todas as atividades desenvolvidas durante as suas estadias e as facilidades que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas. Alguns autores vieram ainda introduzir o caráter mais temporário das atividades turísticas, dizendo que devem ser por períodos inferiores a um ano. Em 1994 surge o conceito de turismo da OMT que o define como as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes da sua área de residência habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outros.

Neste artigo exploramos este conceito de Turismo particularmente numa aldeia classificada na rede das aldeias da saudade: o Urjal. Na senda da sustentabilidade e da iniciativa Urjalândia aldeia da saudade a captação de investimentos diretos, o aumento do número de visitantes e a promoção do território em diversos canais de comunicação social de âmbito nacional, regional e local são exemplos práticos de como o turismo ambiental e a sustentabilidade podem ser motores de desenvolvimento económico em territórios de baixa densidade.

De facto, o evento 'Urjalândia- Aldeia de Natal Sustentável' foi uma alavanca para dinamizar esta aldeia, sendo um projeto pioneiro em Portugal que surgiu em 2017 e tendo grande relevância na dinamização desta aldeia. O evento explora a época natalícia promovendo a decoração da aldeia de forma ecológica com materiais recicláveis e naturais, resultado de meses de trabalho de toda a comunidade rural. Este evento é considerado de extrema relevância porque alavancou diversos investimentos através de diferentes fontes de financiamento, tais como as que permitiram a implementação do Baloço do Urjal, do Centro de Educação Ambiental, do Trilho de Interpretação Ambiental e do Museu da Agricultura e da Paisagem.

### *Referências bibliográficas*

- Baptista, M. (1997). Turismo e competitividade sustentável. Lisboa: Editora Verbo.
- Cunha, L. (2009). Introdução ao Turismo. Lisboa - São Paulo: Verbo.
- Ferreira, A., González, E. A., & Liberato, D. (2018). Turismo criativo e sustentabilidade territorial. In XX Congresso AECIT (21-23 de novembro de 2018), Almería, Espanha.
- Filipe, C. (2009). Andanças do turismo criativo. Master Thesis, Universidade de Aveiro.
- Hummel, F., C. (2016). Turismo Criativo: A Experiência do Turismo de Galpão em Porto Alegre. Master Thesis, Universidade de Brasília.
- Lopes, H. S., Remoaldo, P. C., Ribeiro, V. & Martin-Vide, J. (2022). A comprehensive methodology for assessing outdoor thermal comfort in touristic city of Porto (Portugal). Urban Climate, 45.
- Matos, O., Remoaldo, P., Alves, J., Gôja, R., Freitas, D., Ribeiro, V. & Miguel, P. (2019). The practices of creative tourism in urban and rural areas at international level. World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Humanities and Social Sciences, 6.

- Molina, S. (2011). Turismo Creativo: El fin de la competitividad. Chile: Escritores
- Oliveira, M. (2014). A influência dos eventos na taxa de ocupação hoteleira: study case-Montebelo Viseu Hotel & Spa
- Quinta, M., Monteiro, I. & Ribeiro, V. (2020). Educar para a Economia Circular—uma experiência inovadora na formação de professores Educating for the Circular Economy. *Saber & Educar*, 11.
- Ramos, A. & Fernandes, J. (2012). Tendências Recentes em Turismo: algumas reflexões na perspectiva dos Territórios de Baixa Densidade.
- Remoaldo, P., Alves, J., Gôja, R., Freitas, I., Ribeiro, V. & Pereira, M. (2018). Profile of creative tourism in north-western of Portugal - An exploratory approach to creative experiences. International Conference Cultural Tourism - Theory and Practice, 25-27 October 2018 Poznan, Poland.
- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Lopes, H., Ribeiro, V., Gôja, R. & Pereira, M. (2019). Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: an international review. In: DUXBURY, N. & RICHARDS, G. (eds.) *A Research Agenda for Creative Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Gôja, R., Alves, J., Ribeiro, V., Pereira, M. & Xavier, C. (2020). An International Overview of Certified Practices in Creative Tourism in Rural and Urban Territories. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Ribeiro, V., Alves, J., Silva, S. & Costa, J. (2020a). A arte do junco. In: DUXBURY, N. & SILVA, S. (eds.) *Catalizando o Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e em Áreas Rurais*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ribeiro, V., Martins, A., Alves, J. & Silva, S. (2020b). A olaria negra de Vilar de Nantes. In: DUXBURY, N. & SILVA, S. (eds.) *Catalizando o Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e em Áreas Rurais*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ribeiro, V., Remoaldo, P., Pereira, M., Gôja, R., Matos, O., Freitas, I. & Alves, J. (2020c). Geo-Crowdsourcing Contributions for Cultural Mapping. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 8, 56 - 67.
- Scaldelai, N. G. (2019). Turismo criativo e eventos culturais: o caso da Mostra de Cinema de Tiradentes-MG. Monografia (Graduação em Turismo) - Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto.
- Silva, L. (2006). O Turismo em Espaço Rural. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia.

#### *Webgrafia*

- Aldeias da Saudade. (2023). Retrieved from <https://aldeiasdasaudade.pt/>
- ATAHCA (2023). Retrieved from [https://atahca.pt/noticia\\_single.php?id=138](https://atahca.pt/noticia_single.php?id=138)
- A voz da abadia. (1993). Retrieved from [https://aqualibri.cimcavado.pt/bitstream/20.500.12940/7762/1/A%20Voz%20da%20Abadia\\_0202\\_1993-09-09.pdf](https://aqualibri.cimcavado.pt/bitstream/20.500.12940/7762/1/A%20Voz%20da%20Abadia_0202_1993-09-09.pdf)
- Creative Tourism Network (2010). Retrived from <https://www.creativetourismnetwork.org/about/?lang=pt-pt>
- DGT. (2022). Retrieved from [https://pnap.dgterritorio.gov.pt/sites/default/files/fichas\\_projeto/apresentacoes/2022/15\\_CM\\_Amares\\_Apresentacao.pdf](https://pnap.dgterritorio.gov.pt/sites/default/files/fichas_projeto/apresentacoes/2022/15_CM_Amares_Apresentacao.pdf)