

# 1. • Simpósio Internacional Territórios e Identidades

*livro de resumos*

I Simpósio Internacional  
Territórios e Identidades  
14 Novembro

## **Editado por**

Tiago Fernandes  
Jean Mercereau  
Ana Sofia Coelho  
Bernadete Bittencourt  
Cristina Mesquita  
Márcio Ribeiro Martins

## Dados técnicos

Título:

**I Simpósio Internacional Territórios e Identidades**

**Editores:**

Tiago Fernandes

CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

tiago.fernandes@ipb.pt

Jean Mercereau

Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

jeanmercereau@ipb.pt

Ana Sofia Coelho

CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

anasofia.coelho@ipb.pt

Bernadete Bittencourt

CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

bernadete@ipb.pt

Cristina Mesquita

CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

cmmgp@ipb.pt

Márcio Ribeiro Martins

CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

marcio.martins@ipb.pt

**Design:** Ferdinando Silva

**Editora:**

Instituto Politécnico de Bragança

**Dados editoriais:**

Data da edição: 2025

ISBN: 978-972-745-364-1



Mirandela . 2025

**Comissão Organizadora:**

Tiago Fernandes  
CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

Ana Sofia Coelho  
CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

Bernadete Bittencourt  
CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

Cristina Mesquita  
CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

Jean Mercereau  
Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

Márcio Ribeiro Martins  
CITeD, Instituto Politécnico de Bragança (Portugal)

**Apoios:**



CITeD  
CENTRO INVESTIGAÇÃO  
TRANSDISCIPLINAR  
EM EDUCAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO



## **O Marketing Territorial como Ferramenta de Valorização de uma Aldeia Rural: O Caso Específico de Pereira**

Leonor Alves (IPB), Ana Sofia Coelho (CITeD – IPB) e Catarina Martins (UNIAG – IPB)

O presente estudo tem como objetivo identificar produtos locais, eventos, tradições e elementos do património que possam ser promovidos de forma a aumentar o contributo do turismo na economia local. A investigação centra-se na aldeia de Pereira, situada no concelho de Mirandela, no Nordeste Transmontano.

Pereira é uma pequena aldeia marcada pelo envelhecimento da sua população, mas que mantém vivas as suas tradições, costumes e identidade cultural. O estudo pretende demonstrar que, através do marketing territorial, é possível valorizar estes recursos e posicionar Pereira como um destino turístico de interesse, especialmente no segmento do turismo religioso.

Este nicho constitui uma oportunidade para dinamizar a aldeia e integrá-la nos roteiros turísticos do Nordeste Transmontano, contribuindo para a preservação da cultura local e para o desenvolvimento sustentável da região.

**Palavras-chave:** Turismo religioso; Turismo cultural; Turismo de aldeia; Marketing territorial; *Place branding*;