

# invtur

conference

# 2021

---

6-7 May

**Tourism and the Sustainable Development  
Goals: From Theory to Practice**

**Conference proceedings**

**Título/Title**

Proceedings of the INVTUR 2021 International Conference "Tourism and the Sustainable Development Goals: From Theory to Practice"

**Editores /Editors**

Carlos Costa

Filipa Brandão

Mariana Martins

Rui Costa

Zélia Breda

**Imagem / Design**

David Loureiro

Mariana Martins

**Editora / Publisher**

UA Editora

Universidade de Aveiro

Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia

**1ª Edição / 1st Edition**

Dezembro / December 2021

**ISBN**

978-972-789-724-7

**DOI**

<https://doi.org/10.48528/cxdg-bq28>

- Dark tourism and the contribution to the sustainable development goals** (pp. 801-811)
- O potencial do oleoturismo no concelho de Mirandela** (pp. 811-830)
- O patrimônio histórico-cultural e seus usos turísticos nos alambiques do Rio Grande do Norte** (pp. 831-843)
- A importância do património dos Templários para o *place branding* e a comunicação turística do Médio Tejo** (pp. 845-860)
- 'Engolir Sapos': Trabalho emocional em estágios na Hotelaria e Turismo** (pp. 861-876)
- Avaliação Interna do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de São Paulo – IFSP** (pp. 877-888)
- Análise das referências das teses do Programa Doutoral em Turismo na Universidade de Aveiro – Portugal** (pp. 889-908)
- Um estudo sobre o Turismo Ferroviário de Luxo (TFL)** (pp. 909-927)
- "Portugalal" project: A strategic path for Portugal** (pp. 929-946)
- O património como Potenciador do Desenvolvimento Turístico Sustentável: O caso do Município de Baião** (pp. 947-964)
- Medo social, insegurança e mal-estar em destinos turísticos: Um estudo sobre o Rio de Janeiro, Brasil** (pp. 965-977)
- Os efeitos da atividade turística na cidade de Campos do Jordão (SP-Brasil)** (pp. 979-996)
- Turismo sustentável em zonas úmidas do Brasil: Reflexões introdutórias** (pp. 997-1017)
- Percursos Pedonais Acessíveis nos Centros Históricos** (pp. 1019-1039)
- Sensory trails and routes as instruments for environmental education and social inclusion in the state of Rio de Janeiro – Brazil** (pp. 1041-1056)
- The link between ICH and creative tourism experiences in rural areas: Evidence from Alentejo, Portugal** (pp. 1057-1070)
- Territórios Criativos para o Turismo na Cidade de Penedo (Alagoas-Brasil): Potencialidades Latentes** (pp. 1071-1084)
- Coxinha de farofa: De "jeitinho" a atrativo turístico do município da Lapa (PR)** (pp. 1085-1106)
- A satisfação na hospedagem comercial em desenvolvimento** (pp. 1107-1128)
- A importância da utilização das redes sociais e do marketing relacional na gestão hoteleira: Um estudo com turistas na Região Autónoma da Madeira** (pp. 1129-1146)
- Economia de partilha: O modelo de negócio do Airbnb** (pp. 1147-1162)

## **O potencial do oleoturismo no concelho de Mirandela**

### **The potential of oleotourism in the municipality of Mirandela**

**PALMIRA FELGUEIRAS, RICARDO CORREIA & AIDA CARVALHO**

Instituto Politécnico de Bragança

Contacting author: ricardocorreia@ipb.pt

**Resumo** | O oleoturismo emerge em países do Mediterrâneo, apesar de se manifestar um pouco por todo o mundo. Mirandela, por influência da sua localização geográfica e pelo seu clima extremo, detém a maior mancha de olival da região de Trás-os-Montes (em Portugal). Associado ao olival surgem as construções agrícolas, os produtos endógenos, e uma cultura e identidade ligadas ao azeite. O objetivo deste estudo é identificar o potencial oleoturístico do concelho de Mirandela. A metodologia usada assenta numa abordagem qualitativa de carácter exploratório, recorrendo-se ao estudo de caso. Os resultados apontam para a existência de potencial oleoturístico a ser alavancado através de parcerias público-privadas. Conclui-se igualmente que a implementação efetiva do segmento depende do envolvimento dos agentes locais e da própria comunidade e do alinhamento de interesses.

**Palavras-chave** | Oleoturismo, turismo, azeite, potencial, Mirandela

**Abstract** | Oleotourism is emerging in countries influenced by the Mediterranean, despite the fact that it is manifesting itself all over the world. Mirandela, due to its geographical location and extreme climate, holds the largest olive grove in the Trás-os-Montes region (located in the North of Portugal). Associated with the olive grove are the agricultural buildings, the endogenous products, and a culture and identity associated with olive oil. The objective of this study is to identify the oleotouristic potential of the municipality of Mirandela. The methodology used is based on an exploratory qualitative approach, using the case study as method. The results point to the existence of oleotouristic potential to be leveraged through public-private partnerships. It is concluded that the effective implementation of the segment depends on the involvement of local agents and the community itself and the alignment of interests.

**Keywords** | Oleotourism, tourism, olive oil, potential, Mirandela

## **1. Introdução**

A procura pelo turismo rural tem crescido em virtude do aumento do interesse, por parte dos turistas, em contactar com a natureza e em participar em experiências autênticas, onde processos agrícolas são percecionados enquanto atividades de lazer (Buhalis, 2000). De facto, o turista atual já não se contenta só com a contemplação dos locais que visita, ele quer ir além do que pode observar, quer protagonizar a história da sua viagem (Pezzi & Vianna 2015).

Nesse sentido, o turismo do olival e do azeite pode ser uma ferramenta extraordinária, se permitir aos seus praticantes obter experiências memoráveis, através do envolvimento profundo com as tradições e com a cultura local.

O turismo do azeite, ou oleoturismo, é um segmento emergente em todo o mundo, fortemente ligado ao desenvolvimento sustentável de áreas ruralizadas, onde predominam os olivais e consequentemente os lagares. Portugal não é exceção a esta tendência do turismo e a região da Terra Quente Transmontana aponta-se como um destino de eleição para os oleoturistas.

Sendo o concelho de Mirandela o coração da região da Terra Quente, detentor da maior mancha de olival da área, estabeleceu-se como objetivo de investigação deste trabalho o diagnóstico do potencial oleoturístico do concelho, no sentido de se criar informação útil para o desenvolvimento de eventuais estratégias no âmbito deste segmento. Para o efeito, foi usada uma metodologia de abordagem qualitativa, recorrendo-se ao estudo de caso.

Para além desta introdução a investigação encontra-se dividida em 5 partes: Contextualização teórica, onde se aborda o oleoturismo, em seguida descreve-se a metodologia usada, seguidamente apresenta-se o estudo de caso do concelho de Mirandela, depois são apresentados os principais resultados e finalmente algumas conclusões, onde se incluem algumas limitações ao estudo e sugestões para estudos futuros.

## **2. Contextualização teórica**

### **2.1. Oleoturismo - Enquadramento**

O oleoturismo é um segmento relativamente recente, que concilia a atividade turística com a atividade agrícola e emerge sobretudo em países da linha mediterrânea como Espanha, Grécia, Turquia, Itália, Marrocos e Portugal, mas também começa a ganhar alguma expressão em países como Austrália, Estados Unidos da América, Argentina e Japão (Fernandez, Montilla, & Hidalgo, 2019).

É o turismo que se relaciona com a cultura do olival e que pelas suas especificidades se apresenta como um excelente complemento à rentabilidade de um determinado território, representando também a garantia de um desenvolvimento sustentável, não se limitando este desenvolvimento ao

crescimento económico, mas também à evolução social, ao mesmo tempo que se garante a perpetuação da identidade do território e a preservação da herança cultural que lhe está associada (Morales, Guzmán, Cuadra, & Agüera, 2015).

O oleoturismo depende de alianças estratégicas entre os diversos agentes locais, públicos e privados, alianças que permitam a criação de produtos turísticos compostos, que se articulam entre si para combater a sazonalidade, estas alianças devem também envolver os residentes e estimular a sua cooperação (Millán, Arjona, & Amador, 2014) e permite o planeamento e o desenvolvimento de atividades complementares que impelem a criação de cadeias de produção (Figura 1), que aportam valor não só ao turista, mas sobretudo às populações das áreas rurais, que vêem o impacto das mesmas na melhoria das suas condições de vida (Millán, Pablo-Romero, & Rivas, 2018).



**Figura 1** | Cadeia de produção da oferta oleoturística

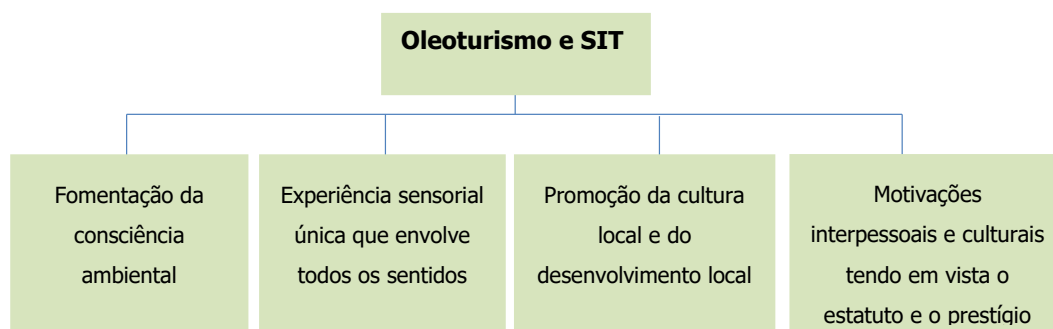
Fonte: Adaptado de Millán *et al.*, 2018, p.3

Tregua, D'Auria, e Marano-Marcolini (2018) referem que o estabelecimento de regras para o desempenho dos agentes dentro do oleoturismo é fundamental, para que os potenciais turistas se apercebam da oferta, e que os objetivos dos atores locais devem estar alinhados para se retirarem os proveitos desejados para o território.

O turismo do azeite surge associado ao turismo gastronómico, ao rural, ao industrial, ao agroturismo, e por se tratar de uma categoria mais ampla, ao turismo cultural, que por si só agrega todas as outras tipologias onde o oleoturismo poderia ser encaixado (Millán *et al.*, 2014; Torre, Hidalgo, & Fuentes, 2015; Morales *et al.*, 2015, Agüera, Cuadra, Guzmán, & Morales, 2018; Mogollón, Clemente, Fernández, & Cerro, 2019; Sellarés & Tello, 2019).

Bezerra e Correia (2018) estudam-no enquanto turismo criativo, uma vez que a sua essência se reveste da participação em experiências turísticas geradoras de memórias, através da imersão nas tradições e na cultura local, tratando-se assim de um turismo interativo, participado, um turismo de experiência.

Já González, Armenteros, e Ruiz (2020) categorizam o oleoturismo como sendo um tipo de Turismo de Interesse Especial (SIT) com ligações a outros segmentos, nomeadamente ao turismo gastronómico, e manifesta quatro dimensões que o caracterizam e enquadram enquanto SIT (Figura 2).



**Figura 2 |** Oleoturismo enquanto SIT

Fonte: Adaptado de González *et al.*, 2020, p.3

## 2.2. O Oleoturista

De acordo com Guerra, Molina, e Quesada (2018) a definição de oleoturista que obtém maior consenso é a que define esta pessoa como aquele que viaja para fora da sua área de residência para conhecer e aprender, na primeira pessoa, o processo de produção do azeite, desde a apanha da azeitona até à prensagem no lagar, e que participa em provas didáticas de azeite.

Agüera, Cuadra, Guzmán, e Morales (2017) apresentam um perfil sociodemográfico dos oleoturistas que visitam museus, centros interpretativos e lagares na região de Andaluzia. Os autores concluem que em 414 inquiridos cerca de 57% são mulheres, aproximadamente 52% têm estudos superiores, 53,7% têm mais de 60 anos, cerca de 33% auferem rendimentos acima da média, perto de 43% dos inquiridos têm nacionalidade espanhola e na sua maioria são turistas e não excursionistas. As motivações mais apontadas, para a escolha daquele tipo de atividades, são o desejo de visitar aquela zona geográfica em específico, devido não só à presença da oferta oleoturística, mas também pela forte componente cultural, o desejo de obter conhecimento sobre o mundo do azeite e o desejo de degustar comidas e bebidas típicas daquela zona.

Para Miftarevic e Mitrovic (2019) os turistas destes segmentos, ligados à gastronomia, procuram não só a imersão na cultura local, mas são também impelidos pela experiência em si, pelo prazer de experimentar, de saborear e pelo despertar de sentidos. São ainda motivados pelo prazer de desfrutar do ambiente rural, pela necessidade de socialização, pela oportunidade de compra e pelo conhecimento adquirido em relação às variedades de azeite.

## 2.3. O Oleoturismo em Portugal

A cultura da oliveira em Portugal perde-se no tempo, de acordo com a história terão sido os Fenícios e os Gregos os responsáveis pela introdução da oliveira na Península Ibérica, mas terão sido os Romanos e os Árabes os impulsionadores da produção de azeite (Reis, 2014).

As manchas de olival mais extensas e mais antigas do nosso território encontram-se concentradas nas províncias da Estremadura/Ribatejo e do Alentejo, territórios reconquistados aos mouros mais tardiamente (Casa do Azeite - Associação do Azeite de Portugal, 2018).

A produção e consumo de azeite entre os povos do Noroeste Peninsular levanta algumas dúvidas, se por um lado alguns historiadores apontam o século XVI como a época em que a oliveira é introduzida em Trás-os-Montes, outros estudos arqueológicos sugerem a existência de ânforas oleícolas em plena Gallaecia Romana, tendo sido o século XVI um período de implementação de medidas de proteção e incremento do plantio da oliveira, como reação à Pequena Idade do Gelo que devastou grande parte do olival existente (Lemos, 2005).

O oleoturismo em Portugal encontra-se em fase inicial, havendo alguma expressão da sua existência um pouco por toda a parte onde predomina o olival, no entanto, e mesmo no alentejo onde este tipo de turismo começa a ganhar maior dimensão, a sua existência surge associada ao enoturismo, funcionando como um complemento a esta atividade, em quintas de turismo rural (Vallone, 2018). Assim, e de acordo com o descrito por Guerra *et al.*(2018), o vinho surge muitas vezes como a atração principal e o azeite como o recurso que completa a oferta.

Esta ideia de complementariedade entre oleoturismo e enoturismo é amplamente apresentada na literatura e comum aos países onde o oleoturismo emerge, porque apesar de haver uma crescente procura por este segmento em todo o mundo, o seu desenvolvimento maximiza-se quando associado a outro produto turístico, completando assim a oferta de um determinado território (Torre & Pérez, 2014).

Assim e confirmando esta visão também a região do Douro, proeminente em enoturismo, começa a equacionar a possibilidade de agregar valor à sua oferta turística através da junção do azeite ao vinho, e as visitas aos olivais surgem como possível complemento às visitas que são feitas às vinhas e aos lagares de vinho (Lamas, 2018).

Em relação à região de Trás-os-Montes, Bettencourt (2004a, 2004b) em Descoberta da Terra Quente e em Viagens à roda do azeite, promove dois percursos oleoturísticos que incluem este território. Num deles a proposta que apresenta é um itinerário de fim de semana centrado em Mirandela e em Torre de Moncorvo, sugerindo o interesse em conhecer as pessoas, a degustação da gastronomia local e fazendo um apelo à importância da aprendizagem sobre a riqueza do azeite da região. No outro propõe um percurso alternativo, tendo por base a certificação DOP, fazendo mais uma vez referência a Mirandela.

Em 2018, Bezerra *et al.* identificam algumas iniciativas oleoturísticas desenvolvidas em Portugal, das quais se destacam museus do azeite e centros interpretativos, lagares visitáveis, feiras temáticas, lojas e alojamentos em espaços rurais, esta manifestação verifica-se de norte a sul do país. Apesar dessa manifestação transversal, os autores consideram que a região Norte é a área geográfica onde o oleoturismo demonstra mais potencial de desenvolvimento, uma vez que, as

estruturas existentes e os métodos tradicionais, ainda em uso, permitem o desenho de experiências turísticas criativas, sendo necessário desenhá-las de forma a criar proximidade entre a comunidade local e o visitante, e no sentido de possibilitar a co-criação da experiência, promovendo a criação da interatividade e das experiências memoráveis.

### **3. Metodologia**

A investigação que se apresenta tem como principal objetivo identificar o potencial oleoturístico do concelho de Mirandela. Em termos metodológicos, o presente trabalho assenta numa abordagem qualitativa de carácter exploratório, recorrendo ao estudo de caso.

Para o desenvolvimento do estudo de caso, procedeu-se à recolha de informação junto de colaboradores do município e junto de associações de produtores de azeite. Foram também consultados diversos documentos, como livros, artigos científicos, páginas eletrónicas e revistas que fizessem alusão ao concelho de Mirandela, sob a perspetiva do olival, dos produtos endógenos, eventos gastronómicos, equipamentos culturais, entre outros.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas, recorrendo-se ao uso de um guião, composto por 3 questões:

1. Como descreve o segmento oleoturístico no concelho de Mirandela?
2. Que linha estratégica deveria ser seguida para dinamizar este segmento no concelho?
3. Que experiências oleoturísticas poderiam ser alavancadas no concelho de Mirandela?

As entrevistas foram concebidas de acordo com o perfil dos entrevistados considerados de interesse para a investigação e com áreas de atuação regional e local.

Tendo em conta o preconizado por Garrod (2003) os *stakeholders* desempenham um papel fundamental na recolha de informação para a tomada de decisão, no desenvolvimento do planeamento e na gestão associada ao turismo, por isso e tendo em conta a pretensão desta investigação, importou que os entrevistados tivessem conhecimentos na área do turismo, do azeite/olival e conhecimentos na gestão do território, tendo dito isto, a amostra de entrevistados foi selecionada com o critério de conveniência (Quadro 1).

**Quadro 1** | Listagem de entrevistados e cargos desempenhados

<b>Nome</b>	<b>Cargo/Função Desempenhada</b>
<b>Dra. Vera Preto</b>	Vereadora do Pelouro do Turismo, Cultura e Património Histórico
<b>Dra. Fátima Fontoura</b>	Chefe da DDCT- (CMM)
<b>Dr. Armando Graça</b>	Museólogo e coordenador dos Museus Municipais
<b>Dra. Joana Portela</b>	Técnica Superior de Turismo da CMM
<b>Dra. Susana Ribeiro</b>	Diretora do Departamento Operacional da Associação TPNP
<b>Eng.<sup>a</sup> Helena Chéu</b>	Docente do Instituto Piaget Viseu e Especialista em Azeite
<b>Eng.<sup>o</sup> Francisco Pavão</b>	Presidente da direção da APPITAD
<b>Maj. Domingos Pires</b>	Responsável da empresa de Animação Portugal NTN

Fonte: Elaboração Própria

Três entrevistas foram realizadas presencialmente e cinco realizadas *online*. As entrevistas decorreram entre o mês de julho de 2020 e agosto de 2020, os depoimentos foram gravados e posteriormente transcritos e analisados com recurso ao Software de análise qualitativa ATLAS.ti. Inicialmente, estavam programadas 15 entrevistas, nomeadamente a produtores de azeite e outros agentes locais, no entanto, não se realizaram por falta de disponibilidade dos mesmos.

Por se ter optado pela realização de entrevistas semiestruturadas a duração média das mesmas foi de 40 minutos.

#### **4. O Concelho de Mirandela**

O concelho de Mirandela, localizado na região norte de Portugal, mais precisamente nas Terras de Trás-os-Montes, distrito de Bragança, faz parte de um território designado por Terra Quente Transmontana, em conjunto com os municípios de Vila Flor, Carraceda de Ansiães, Alfândega da Fé e Macedo de Cavaleiros.

A agricultura desempenha um papel muito importante na economia deste território, e esta é altamente influenciada pelo clima extremo que ali domina. No entanto, não é só o clima que exerce influência sobre os produtos endógenos, os solos pouco profundos, ácidos, com poucos nutrientes e xistosos e as técnicas de cultivo tradicionais também determinam e influenciam a produção agrícola, assim dentro do mesmo território é possível ter uma produção bastante heterógenea, por exemplo, em Macedo de Cavaleiros predomina a castanha, em Alfândega da Fé a

cereja, em Carrazeda de Ansiães a uva e a maçã e em Vila Flor e Mirandela predomina a azeitona (Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana [AMTQT], 2015).



**Figura 3 |** Área geográfica da Terra Quente Transmontana

Fonte: <https://www.amtqt.pt/pages/305>

Para além da agricultura, a indústria agroalimentar, o comércio e os serviços são os principais setores de atividade do concelho, mas o turismo já é percecionado como potencial motor de desenvolvimento, graças ao enquadramento geográfico e singularidades do território (Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana [AMTQT], 2015).

Esta importância é sublinhada por F. Fontoura, chefe de Divisão de Desenvolvimento Cultural, Turístico e Saúde (comunicação pessoal, 2 de junho de 2021) que aponta o turismo como uma, senão a única, forma de potenciar a região e todas as outras fileiras a ele associadas, fazendo também referência às potencialidades desta área geográfica no âmbito do turismo de natureza e no âmbito do turismo gastronómico, tipologia onde se enquadra o oleoturismo. De acordo com a mesma fonte, quem procura a região são, sobretudo, os turistas nacionais e os turistas espanhóis e refere que uma estratégia de desenvolvimento turístico deverá passar por atrair o mercado nórdico, inglês, norte-americano e canadiano, estratégia esta alinhada com os eixos e linhas de atuação preconizadas pela Estratégia Turismo 2027, isto é, assente na valorização do território e da comunidade, na criação de redes e no princípio do crescimento económico.

No biénio 2018-2019, o posto de turismo da cidade de Mirandela registou um total de 8246 turistas, nacionais e estrangeiros, segundo A. Miranda (comunicação pessoal, 04 de junho de 2021). Dentro do concelho de Mirandela, o Museu da Oliveira e do Azeite é o equipamento cultural mais visitado, tendo durante o período de referência registado um total de 14183 visitantes, nacionais e estrangeiros

### **O Azeite de Trás-os-Montes (DOP)**

A certificação DOP Azeite de Trás-os-Montes foi obtida no dia 21 de junho de 1996 (Comissão Europeia, 2019). De acordo com Pacheco (2016) trata-se de um azeite com caráter único, inconfundível e irrepetível em qualquer parte do mundo, graças não só às variedades que são utilizadas para a sua produção, mas também pela influência do terroir transmontano.

A área geográfica de produção da DOP de Trás-os-Montes abarca os concelhos de Mirandela, Vila Flor, Carrazeda de Ansiães, Alfândega da Fé, Macedo de Cavaleiros, Vila Nova de Foz Côa e algumas freguesias dos concelhos de Valpaços, Murça, Torre de Moncorvo, Mogadouro, Vimioso e Bragança (Marvão, 2011).

Durante a campanha 2019-2020 foram certificados 14 produtores de Azeite DOP do concelho de Mirandela, de acordo com informação prestada pelo Museu da Oliveira e do Azeite (comunicação pessoal, 27 de setembro 2020).

No decurso desta investigação foram identificadas as seguintes marcas de azeite DOP produzidas neste concelho: Ouro do Tua, Quinta de Vale do Conde, Romeu, Milenium, Casa de Santo Amaro, Poço de Vila, Magna Olea, Dalla Bella, Mont'Alverne, 2A Tua, Quinta de Rosmarinus e Metáfora.

Ao longo do corrente ano, as marcas Casa de Santo Amaro, Magna Olea, Quinta de Rosmarinus e Mont'Alverne foram premiados, em concursos internacionais (Estados Unidos, Japão e Brasil), com medalhas de ouro, de prata e com prémios especiais.

### **As Azeitonas**

A Azeitona de Conserva Negrinha de Freixo é outro produto com certificação DOP, é uma azeitona de mesa, de cor escura, com fraca aptidão para azeite e está circunscrita à zona geográfica de Mirandela, Vila Flor, Macedo de Cavaleiros, Alfândega da Fé, Freixo de Espada à Cinta e Vila Nova de Foz-Côa (Câmara Municipal de Mirandela, 2008).

No concelho de Mirandela existem pelo menos 3 fábricas de conserva de azeitona, 1 em Mosteiró e duas em Vale de Gouvinhas.

### **Eventos Gastronómicos**

A Feira da Alheira, organizada pela Câmara Municipal de Mirandela, é considerada um dos maiores eventos da região e apresenta como proposta a visita aos diversos expositores, a degustação da gastronomia local e animação diversa (Município de Mirandela, 2020).

Diretamente associado ao azeite celebra-se o Festival dos Sabores do Azeite Novo que propõe experiências oleoturísticas, nomeadamente os protocolos de prova de azeite, as visitas aos lagares,

oficinas, entre outras. Apesar do investimento que o município tem feito em relação a este evento, não se consegue dar escala à sua existência, sendo que, a sua dinâmica tem vindo a ser alterada ano após ano.

### **Os Lagares e a paisagem**

No ano 2018 existiam vinte lagares registados (PORDATA, 2019). De acordo com informação prestada pela APPITAD (comunicação pessoal, 23 de setembro, 2020), no corrente ano existem 17 lagares, distribuídos por 16 freguesias do concelho.

Já para J. Fraga (comunicação pessoal, 23 de setembro de 2020) os lagares existentes no concelho podem ser muitos mais, se forem contabilizados os lagares tradicionais que entretanto deixaram de laborar, por uma questão de adaptação às exigências dos novos tempos. De acordo com isto, é então possível encontrar no mínimo um lagar em: Abreiro, Avidagos, Lamas de Orelhão, Passos, Suçães, Cachão, Cedães, Romeu, Vilar de Ledra, Carvalhais, Valbom dos Figos, Mascarenhas, Vale Prados, Alvites, S. Pedro Velho, Vale de Salgueiro, Cabanelas, Vale de Gouvinhas, Vale de Lobo e Mirandela.

A paisagem do concelho é muito marcada pela existência do olival tradicional e pela presença de muitas árvores centenárias. Este cenário oleícola pode ser contemplado por exemplo em: Valbom dos Figos, Mascarenhas, Torre de D. Chama, Alvites, Romeu, Vale de Gouvinhas, Abreiro, S. Pedro de Vale do Conde e em Suçães, esta existência era e é suportada por casas de apoio agrícola, muitas delas já em ruínas (Gallo, 2017). Os monumentos oleícolas também abundam na sede do concelho e nas diversas freguesias.

### **O Museu da Oliveira e do Azeite**

O Museu da Oliveira e do Azeite (MOA) tem a sua génese no projeto *Terra Olea*. Projeto que uniu em parceria Mirandela, Baena e Nîmes, regiões com azeite DOP. Apesar deste projeto ter sido executado entre junho de 2005 e maio de 2007, o museu só abre ao público a 03 de agosto de 2017.

O Museu da Oliveira e do Azeite é composto, entre outros elementos, por 3 salas de exposição principais: "O lagar", onde se encontra um lagar tradicional de prensas hidráulicas, com mais de 100 anos, a sala "A laboração e transformação da azeitona", e a sala "O azeite e os seus usos" (Dias & Viegas, 2005).

## 5. Resultados

Uma das fases da metodologia proposta para esta investigação assenta na aplicação de uma entrevista semiestruturada, da qual fizeram parte as seguintes questões:

1. Como descreve o segmento oleoturístico no concelho de Mirandela?
2. Que linha estratégica deveria ser seguida para dinamizar este segmento no concelho?
3. Que experiências oleoturísticas poderiam ser alavancadas no concelho de Mirandela?

O software Atlas.ti foi de extrema importância para a organização e para a análise dos conteúdos das entrevistas. Através da criação de códigos específicos foi possível, entre outras coisas, detetar a semelhança de respostas dos entrevistados, que deram lugar às interpretações que se apresentam.

Confrontando a literatura com a informação do estudo de caso verifica-se que Mirandela reúne as condições preconizadas para o desenvolvimento do oleoturismo, quer pela sua localização geográfica, zona altamente ruralizada, quer pelas condições climáticas que fomentam a predominância do olival, quer pela existência dos muitos lagares, quer pela existência de produtos endógenos de referência, azeites DOP de Trás-os-Montes e azeitonas DOP, quer pela existência de eventos associados ao azeite e a produtos complementares.

Em relação aos entrevistados, estes reconhecem a existência de um segmento emergente, reconhecem que Mirandela tem potencial para desenvolver experiências oleoturísticas e fazem também referência à existência de um produto de qualidade. Contudo, referem que ainda há muito trabalho a ser feito até à verdadeira dinamização do oleoturismo. O Quadro 2 apresenta algumas das respostas obtidas.

**Quadro 2** | Diagnóstico de segmento oleoturístico

<b>Dr. Armando Graça</b>	<i>"...o oleoturismo no concelho de Mirandela encontra-se numa fase quase embrionária, a dar os primeiros passos."</i>
<b>Eng.º Francisco Pavão</b>	<i>"...o concelho de Mirandela tem um enorme potencial para a prática do Oleoturismo,..."</i>
<b>Vereadora Vera Preto</b>	<i>"Este é um segmento que existe, ..., mas ...na minha opinião é um segmento que tem muito por explorar e muito para trabalhar ..."</i>

Fonte: Elaboração Própria

De acordo com a literatura é comum a existência de museus ou de centros interpretativos sobre a história e produção de azeite enquanto elementos da oferta oleoturística, neste sentido, os entrevistados reconhecem a existência de um espaço com história, cultura e identidade, criado para alavancar o turismo de base agro-alimentar, que deve ser mais dinamizado ao nível das

experiências oleoturísticas, o Museu da Oliveira e do Azeite, equipamento cultural considerado determinante para o segmento oleoturístico da região. Ao mesmo tempo que lhe atribuem esta dimensão, associam-lhe a sua importância na defesa e promoção dos produtos endógenos do concelho, associados ao olival, direcionando-lhe a responsabilidade pela valorização e comunicação dos mesmos. Veja-se o Quadro 3 onde se reportam algumas das respostas obtidas.

**Quadro 3 |** O Museu da Oliveira e do Azeite e a dinamização do segmento

<b>Dra Fátima Fontoura</b>	<i>"O MOA exerce um papel primordial, tendo em conta que o objetivo primeiro da criação deste equipamento é alavancar o turismo de base agro-alimentar, portanto temos aqui as condições ideais para a partir daqui este segmento ser explorado."</i>
<b>Eng.ª Helena Chéu</b>	<i>"O Museu da Oliveira e do Azeite de Mirandela é um elemento determinante no segmento oleoturístico da região... É um espaço com história, cultura e identidade e deve ser mais dinamizado ao nível de desenvolvimento de seminários técnicos, conferências, ações de valorização dos produtos endógenos, eventos internacionais, entre outras atividades."</i>

Fonte: Elaboração Própria

Além do MOA, os entrevistados identificaram ainda outras valências associadas ao oleoturismo, como a existência de olivais centenários, de lagares de laboração tradicional e moderna, de restauração que pode ser potenciada pela iniciativa oleoturística, de equipamentos de turismo, de animação turística e de alojamento que estão no concelho e que poderão criar uma cadeia de produção.

No geral, os entrevistados indicam que a dinamização do oleoturismo, no concelho de Mirandela, deve ser feita através de parcerias público-privadas, sendo que estas devem atender ao princípio do desenvolvimento sustentável do território, à semelhança do que sugere a literatura consultada, que estabelece como princípio fundamental de desenvolvimento estratégico as alianças entre agentes locais, no sentido da criação de produtos compostos que combatam a sazonalidade. O Quadro 4 mostra uma das respostas obtidas neste sentido:

**Quadro 4 |** Linha estratégica para o desenvolvimento do oleoturismo

<b>Eng. Francisco Pavão</b>	<i>"... é necessário criar políticas e estratégias dirigidas, que englobem todos os agentes da fileira, olivicultores, lagares, restauração, hotelaria,... estabelecendo uma "Carta de Princípios" onde constem todas as regras/obrigações dos aderentes..."</i>
-----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração Própria

Considerando o que referem Bezerra *et al.* (2018) relativamente ao turismo criativo e ao oleoturismo, e à necessidade de se criarem experiências com base na imersão na cultura local e nas tradições locais, também os entrevistados referem a possibilidade de se dinamizarem algumas experiências atendendo à predisposição e identidade do território, atividades estas alavancas através de parcerias entre os agentes locais. O Quadro 5 identifica uma das respostas obtidas.

**Quadro 5 | Experiências Oleoturísticas**

<b>Eng.ª Helena Chéu</b>	<i>" As experiências oleoturísticas a dinamizar podem ser as visitas guiadas aos olivais, prova didática e/ou curso de formação, promoção de "Guias Turísticos do Azeite", Oleoterapia, a dinamização do produto azeite na restauração, com provas de azeite comentadas, por exemplo, conceção de uma Carta de Azeite, a visita guiada ao Museu do Azeite, a participação em sala interativa de análise sensorial, promoção de rotas oleoturísticas, tudo isto tem que ser feito através de parcerias entre Museus, restauração, empresas de turismo, produtores, estabelecimentos de ensino, agências de viagem, etc ... "</i>
--------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração Própria

Em suma, após o tratamento e análise dos dados recolhidos aferiu-se que os entrevistados reconhecem a existência de um segmento emergente, à semelhança do que acontece noutros países.

Os entrevistados reconhecem também que Mirandela tem todo o potencial para desenvolver experiências oleoturísticas, referindo a existência de equipamentos e produtos associados à temática do azeite e que poderão ser usados enquanto sustentáculo de uma estratégia de desenvolvimento sustentável para o concelho.

De acordo com os dados recolhidos os entrevistados consideram de extrema importância que se estabeleçam parcerias público-privadas e que se alinhem estratégias e interesses, no sentido de se poderem dinamizar experiências oleoturísticas que aportem valor quer ao turista quer ao território.

A informação apresentada vai de encontro à literatura tratada, que aponta o oleoturismo como um segmento emergente em países de cultura Mediterrânica, com alto potencial de desenvolvimento em zonas rurais onde predomine o olival, os lagares, as construções de apoio às atividades agrícolas e produtos e/ou serviços transacionáveis.

A literatura refere também que o oleoturismo depende de alianças estratégicas entre os diversos agentes locais, no sentido de se promover o desenvolvimento sustentável das áreas mais ruralizadas, nomeadamente através da criação de produtos turísticos compostos, capazes de combater a sazonalidade.

Após o confronto de toda a informação, considera-se que o objetivo específico, proposto para esta investigação, se encontra respondido, foi feito o diagnóstico do potencial oleoturístico do concelho

de Mirandela, concluindo-se a existência de potencial latente, ou seja, o concelho de Mirandela reúne grande parte, se não todas as condições para a prática efectiva do oleoturismo, e tem, na verdade, procura para o segmento, de acordo com o número de visitantes do Museu da Oliveira e do Azeite, apesar de não se conhecerem as motivações para a visita. No entanto, existe a consciência, por parte dos entrevistados, que há um longo caminho a percorrer até se poder falar de uma oferta estruturada, e da cadeia de valor descrita pela literatura, que requer o envolvimento de todos os agentes locais, desde as escolas, na sua dimensão educativa, até aos produtores de azeite, que na sua maioria, ainda não perceberam o valor acrescido que pode ser a prática oleoturística, enquanto complemento à atividade de produção.

Numa primeira instância, a dinamização deste segmento, no concelho de Mirandela, passa, entre outras coisas, pela sensibilização e formação dos agentes locais, pela criação de incentivos à participação, pela criação de uma carta de princípios (obrigações e deveres dos aderentes), referida por Tregua *et al.*(2018) como sendo essencial ao desempenho dos agentes dentro do oleoturismo, e pelo envolvimento da própria comunidade local, no sentido de a fazer perceber e comunicar um produto identitário, não só de aplicação gastronómica, mas também um produto gerador de riqueza através da vertente turística

Passa também pela criação de uma identidade gastronómica, baseada na degustação, que alia a alheira de Mirandela IGP, o vinho e o azeite, isto em linha com o que é proposto pela literatura, nomeadamente por Torre *et al.*(2014) e por Guerra *et al.*(2018), quando referem a necessidade de se completar a oferta turística de um determinado território, aliando a oferta emergente a uma outra perfeitamente implementada. Esta identidade gastronómica pode ser potenciada, por exemplo, pela dinamização de festivais gastronómicos.

O concelho de Mirandela faz parte da região descrita por Bezerra *et al.*(2018) como sendo a área geográfica onde o oleoturismo demonstra maior potencial de desenvolvimento e onde, dentro do que descrevem como turismo criativo, se poderão co-criar experiências únicas e memoráveis, com recurso à imersão na tradição e cultura local. Os dados aferidos comprovam o relatado pelos autores. González *et al.*(2020) apresentam o oleoturismo como um tipo de turismo de interesse especial, onde se manifestam 4 dimensões: Fomentação da consciência ambiental, experiência sensorial única que envolve todos os sentidos, promoção da cultura local e do desenvolvimento local e motivações interpessoais e culturais tendo em vista o estatuto e o prestígio. De acordo com a informação tratada, o oleoturismo no concelho de Mirandela é percebido dentro da dimensão da experiência sensorial e dentro da dimensão da promoção e desenvolvimento local, sendo que não existe referência à fomentação da consciência ambiental, nem às motivações que conduzem à prática do oleoturismo. Considera-se que estas dimensões seriam mais relevantes se este estudo fosse direcionado à procura e não ao potencial em oferta.

## 6. Conclusão

Esta investigação teve como propósito diagnosticar o potencial oleoturístico do concelho de Mirandela. Pela literatura consultada verifica-se que o oleoturismo se encontra numa fase inicial a nível mundial, havendo, no entanto, já um mercado de oferta bem estabelecido em alguns países, como a Itália, Espanha, Brasil e a Austrália. Em relação às atividades, disponibilizadas neste segmento, verifica-se que incidem na promoção de experiências de âmbito rural, cultural e gastronómico, que possibilitam a imersão na cultura local e que através destas se fomenta o desenvolvimento e a sustentabilidade do destino recetor. Foi também possível aferir que o sucesso de qualquer estratégia para o desenvolvimento da oferta oleoturística depende do estabelecimento de parcerias público-privadas, e do potencial valor percecionado pela comunidade.

À semelhança do que acontece no resto do mundo, em Portugal o oleoturismo não se encontra plenamente estabelecido e na sua maioria, a sua tímida manifestação surge em associação a outra tipologia turística. Na região de Trás-os-Montes, e em concreto no concelho de Mirandela, o oleoturismo é incipiente. No entanto, atendendo a toda a informação recolhida, quer pela revisão de literatura, quer pelo estudo de caso e quer pelas entrevistas tratadas, infere-se que o concelho de Mirandela possui potencial para o desenvolvimento de atividades oleoturísticas. Este potencial é corroborado pela existência do olival centenário, pelos lagares e outras construções agrícolas, pela existência de produtos endógenos associados ao azeite e pela existência de um museu cuja temática central é a oliveira, a azeitona e o azeite.

Contudo, e apesar de todo o potencial diagnosticado, importa referir que, para que se possa dinamizar este segmento, é fundamental haver um alinhamento de interesses e de estratégias, entre município, produtores, associações, restauração, alojamento e agentes turísticos, mas não só, é necessário o envolvimento da comunidade local enquanto parceira de atividade e até enquanto dinamizadora do segmento, sendo que o descurar a ação e importância de cada um destes agentes, colocará em causa qualquer estratégia de desenvolvimento do território.

A quase inexistência de literatura sobre oleoturismo em Portugal e a falta de dados sobre o segmento no concelho limitou certamente o trabalho desenvolvido, sendo que, neste sentido, se sugere que a partir desta informação se desenvolvam investigações que aprofundem a criação do produto oleoturístico, aferindo-se as motivações da procura e a oferta efetiva do concelho de Mirandela.

## Referências bibliográficas

Agüera, F. O., Cuadra, S. M., Guzmán, T. L., & Morales, P. C. (2017). Estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo. El caso de Andalucía. *Cuadernos de Turismo*, 437-453.

- Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana [AMTQT]. (2015). *Caracterização*. Obtido em 10 de Setembro de 2020, de Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana: <https://www.amtqt.pt/pages/298>
- Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana [AMTQT]. (2015). *Os Municípios*. Obtido em 3 de junho de 2021, de Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana: <https://www.amtqt.pt/pages/303>
- Bettencourt, B. (2004a). À descoberta da Terra Quente. *Az-Zait - Revista da Casa do Azeite*, 31-39.
- Bettencourt, B. (2004b). Viagens à roda do azeite. *Az-Zait - Revista da Casa do Azeite*, 32-43.
- Bezerra, R., & Correia, A. (2018). The potential of olive oil for creative tourism experiences in the northern region of Portugal. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 56-72.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 97-116.
- Caetano, R. (2009). À descoberta do Alqueva. *Revista da Casa do Azeite*, 82-95.
- Câmara Municipal de Mirandela. (2008). *Ecoguia 2008*. Mirandela: DSU-Divisão de Serviços Urbanos.
- Casa do Azeite - Associação do Azeite de Portugal. (16 de Abril de 2018). *História*. Obtido em 9 de Abril de 2020, de Casa do Azeite: <http://www.casadoazeite.pt/História/Azeite-em-Portugal>
- Comissão Europeia. (20 de Dezembro de 2019). *Agricultura e Desenvolvimento Rural*. Obtido em 18 de Abril de 2020, de Comissão Europeia: <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/registeredName.html?denominationId=106>
- Dias, M. G., & Viegas, E. J. (2005). Projecto do Museu da Oliveira e do Azeite, Mirandela. *Ouro Virgem - Revista do Museu da Oliveira e do Azeite - Mirandela*, 7-21.
- Fernandez, J. I., Montilla, J. C., & Hidalgo, I. C. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon*, 1-8.
- Gallo, J. (2017). *Os Lugares do Azeite Transmontano*. Chappa.
- Garrod, B. (2003). Local participation in the planning and management of ecotourism: A revised model approach. *Journal of Ecotourism*, 33-53.
- González, J. A., Armenteros, E. M., & Ruiz, F. J. (2020). Characterization of olive oil tourism as a type of Special Interest Tourism: an analysis from the tourist experience perspective. *Sustainability*, 1-10.
- Guerra, I. R., Molina, V., & Quesada, J. M. (2018). Multidimensional research about oleotourism attraction from the demand point of view. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 113-128.
- Lamas, R. G. (31 de Julho de 2018). *Olive oil increasingly popular among Douro wineries*. Obtido de OliveOilTimes: <https://www.oliveoiltimes.com>

- Lemos, F. S. (Dezembro de 2005). Raízes históricas da produção do azeite na Terra Quente Transmontana. *Ouro Virgem - Revista do Museu da Oliveira e do Azeite - Mirandela*, pp. 71-77.
- Marvão, S. (2011). Trás-os-montes - Sentir a terra. *Revista Casa do Azeite*, 11-20.
- Miftarevic, S. B., & Mitrovic, S. (2019). Olive oil tourism: exploring the experience of food tourists. *ToSEE - Tourism in Southern and Eastern Europe*, 89-100.
- Millán, G., Arjona, J. M., & Amador, L. (2014). A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain. *Agricultural Sciences*, 179-185.
- Millán, M. G., Pablo-Romero, M. P., & Rivas, J. S. (2018). Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the south of Spain (Andalusia). *Sustainability*, 1-20.
- Mogollón, J. M., Clemente, E. D., Fernández, J. A., & Cerro, A. M. (2019). Olive Oil Tourism: State of the art. *Tourism and Hospitality Management*, 179-208.
- Morales, P. M., Guzmán, T. J.-G., Cuadra, S. M., & Agüera, F. O. (2015). Análisis de la demanda del oleoturismo en Andalucía. *Revista de Estudios Regionales*, 133-149.
- Município de Mirandela. (Fevereiro de 2020). *Feira da Alheira de Mirandela 2020*. Obtido em 13 de Outubro de 2020, de Visitmirandela-Eventos: [http://www.visitmirandela.com/pages/1121/?geo\\_article\\_id=2023](http://www.visitmirandela.com/pages/1121/?geo_article_id=2023)
- Pacheco, E. (2016). *Os 100 melhores azeites de Portugal*. Alfragide: Lua de Papel.
- Pezzi, E., & Vianna, S. L. (2015). Experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Turismo em Análise*, 165-187.
- PORDATA. (12 de Novembro de 2019). *Produção Vegetal/Lagares de Azeite*. Obtido em 19 de Maio de 2020, de PORDATA Base de Dados de Portugal Contemporâneo: <https://www.pordata.pt/Municipios/Lagares+de+azeite-977>
- Reis, P. (2014). *O olival em Portugal dinâmicas, tecnologias e relação com o desenvolvimento rural*. Lisboa: Animar - Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local.
- Revista Azeites & Olivais. (Março de 2020). *O novo turista*. Obtido em 13 de Outubro de 2020, de Revista Azeites & Olivais: <https://azeiteseolivais.com.br/experiencias-sensacoes-e-emocoes-em-um-fio-de-azeite/>
- Salvo, P., Hernández Mogollón, J., Clemente, E., & Calzati, V. (2013). Territory, tourism and local products. The extra virgin oil's enhancement and promotion: a benchmarking Italy-Spain. *Tourism and Hospitality Management*, 23-34.
- Sellarés, M. A., & Tello, R. (2019). El Aceite de oliva como elemento dinamizador del territorio para un turismo sostenible y responsable. Caso de estudio: Les Garrigues. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 436-467.
- Torre, G. M., & Pérez, L. M. (2014). Comparación del perfil de enoturistas y oleoturistas en España. Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 165-188.

- Torre, M. M., Hidalgo, L. A., & Fuentes, A. J. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 195-214.
- Tregua, M., D'Auria, A., & Marano-Marcolini, C. (2018). Oleotourism: Local actors for local tourism development. *Sustainability*, 1-20.
- Vallone, G. (8 de Março de 2018). *Turismo do azeite ganha adeptos no sul de Portugal*. Obtido em 26 de Maio de 2019, de Folha de S. Paulo: <https://www1.folha.uol.com.br>