



PAISAGEM DO VINHO E ENOTURISMO:

O Enoturismo como estratégia de valorização territorial em Miranda do Douro

Mestrado em Turismo e Hospitalidade | 2023-2024 | 2º Ano
Dissertação | Helena Albuquerque e Isabel Vaz de Freitas

Joana dos Santos Patrocínio | 48051



INTRODUÇÃO

Apesar da dimensão reduzida do território português, a variabilidade das condições edafoclimáticas concorrem para uma relevante diversidade e singularidade de tipologias de vinha, que permitiram aos vinhos portugueses notoriedade no panorama mundial. Na interação das comunidades locais com a natureza, as regiões vitivinícolas nasceram e cresceram plenas de identidade histórica e autenticidade cultural. Estas paisagens, as culturas, as castas e as técnicas de produção são, por si só, um património único no Mundo que as transforma em fortes atrativos internacionais para o enoturismo. Por este motivo, o setor vitivinícola nacional e os setores relacionados, são considerados estratégicos no âmbito das políticas setoriais portuguesas, integrando a Estratégia de Turismo 2027. Perante esta estratégia de valorização do vinho e das suas paisagens, os *stakeholders* de territórios e lugares vitivinícolas e os residentes, veem reforçadas as oportunidades de empregabilidade em áreas rurais interiores e de baixa dimensão demográfica. No entanto, há sérios riscos provenientes das alterações climáticas e também da baixa dimensão demográfica em muitas destas áreas. Assim, assumem-se como cruciais as abordagens interdisciplinares e multidisciplinares em projetos estruturantes que abordem estas temáticas e estes desafios de sustentabilidade ambiental, cultural e histórica.

O crescente interesse do mercado económico das paisagens do vinho, concretizadas em atividades que unem o turismo à produção do vinho, têm chamado cada vez mais a atenção tanto dos agentes político-económicos de territórios e lugares vitivinícolas, como dos respetivos residentes que veem reforçadas as oportunidades em áreas rurais interiores e de baixa dimensão demográfica. Reforce-se que o turismo é essencial para o desenvolvimento e reconhecimento das regiões vitivinícolas portuguesas, como o têm já provado vários estudos (Manfio, 2019; Lopes, 2018, Marques & Marques, 2017).

Por todas estas características, o setor vitivinícola nacional e os setores diretamente relacionados, são considerados estratégicos no âmbito das políticas setoriais portuguesas, integrando, desde 2019 e no contexto da Estratégia de Turismo 2027, um Programa de Ação para o Enoturismo 2019 – 2020, onde se anseia colocar Portugal como a referência mundial do enoturismo. São fundamentais neste processo as características físicas únicas do vinho associadas a práticas históricas e a ambientes culturais e patrimoniais de grande relevo e significância pela sua tipicidade e unicidade.

Em Portugal, a ruralidade assume papel primordial na agricultura e o setor do vinho tem uma dimensão muito considerável. Cerca de 20% da área total de culturas permanentes corresponde a área de vinha, sendo esta área mais considerável nas regiões agrárias de Trás-os-Montes, Ribatejo e Oeste, Alentejo e Entre Douro e Minho (33,65%, 19%, 16,3% e 13,4%, respetivamente). (INE, 2021). Além disso, e apesar da dimensão reduzida do país, a produção total de vinho corresponde a cerca de 7,4 milhões de hl (hectolitros), o que nos coloca como o 10º produtor a nível mundial (World Population Review, 2024). Estes valores são considerados relevantes, pelo que o enoturismo é considerado hoje como uma das melhores oportunidades para o desenvolvimento rural, para o incremento da coesão territorial e mitigação do despovoamento em regiões interiores. Neste contexto, as paisagens culturais da vinha e do vinho ganharam dimensão face à intensa procura de visitantes e turistas que se deslocam às regiões demarcadas movidos pelos mais diversos objetivos, entre os quais o usufruir de um clima agradável. O clima assume-se como um dos principais elementos caracterizadores da paisagem e um dos primeiros atrativos das regiões vitivinícolas (Sottini, et al. 2021).

Neste contexto, o enoturismo surge como um dos impulsionadores do desenvolvimento das regiões, principalmente nas áreas de maior interioridade e ruralidade. O enoturismo é um dos produtos turístico que tem tido uma procura cada vez maior, não apenas baseado na degustação dos vinhos, mas muito pelos segmentos de turistas que procuram uma experiência baseada no conhecimento dos territórios

vitivinícolas, dos processos de produção de vinho, incluindo todos os métodos e todos os elementos culturais utilizados (Quintela, Albuquerque & Freitas, 2023).

Desta forma, é importante contribuir para o estudo das paisagens vitivinícolas promovendo a preservação de determinadas características patrimoniais ancestrais, a manutenção do estatuto de denominação de origem protegida (DOP), bem como, a minoração de potenciais riscos direta ou indiretamente associados. É essencial procurarem-se rumos sustentáveis e endógenos que permitam diminuir as consequências mais gravosas que podem advir de fenómenos associados à variabilidade e às alterações climáticas, incluindo o recuperar de técnicas tradicionais caídas em desuso que podem ser excelentes propostas para a adaptação e mitigação dos riscos (Gardner, Freitas, & Robinson, 2021).

Perante os inúmeros impactos negativos e riscos a que as paisagens culturais se encontram sujeitas, impõem-se pensar a sua monitorização (Freitas, Sousa & Ramazanov, 2020) e preservação, conforme exposta pela Convenção Europeia da Paisagem que anota como um dos seus principais objetivos, a proteção da paisagem assente na conservação e manutenção das características mais significativas que lhe são conferidas pelo património emergente da interação da humanidade sobre um determinado lugar natureza (Convenção Europeia da Paisagem, 2000). Mostra-se essencial manter estas paisagens resilientes aos grandes impactos e ameaças, identificar e inventariar as suas características e os seus elementos culturais mais significativos, promovendo a caracterização das paisagens e a sua gestão com sustentabilidade. A paisagem deverá seguir a sua evolução temporal, resultante da passagem do tempo e das sucessivas gerações, mas deverá manter a sua forma harmoniosa salvaguardando os elementos patrimoniais que lhe conferem valor e significância (Freitas & Koskowski, 2020). Desta forma é possível encontrar novos atrativos para visitantes e novos produtos turísticos que permitam desenvolver novos polos de atratividade de forma a garantir um turismo sustentável, com novas redes de conexão.

O Planalto Mirandês, que se estende pelos municípios de Miranda do Douro, Mogadouro, Vimioso e parte dos municípios de Freixo de Espada à Cinta e Torre de Moncorvo, é uma das sub-regiões vitivinícolas da região de Trás-os-Montes, destacando-se por suas características, que a tornam uma paisagem única e de grande interesse para sua valorização. Essas particularidades incluem solos predominantemente graníticos e xistosos, com boa drenagem, e um clima marcado por invernos rigorosos e verões quentes e secos, fatores que influenciam diretamente a qualidade e o perfil distintivo dos vinhos produzidos na região. Além disso, a riqueza cultural e histórica do Planalto Mirandês, combinada com a biodiversidade local, reforça sua singularidade, oferecendo um cenário propício não apenas para a produção de vinhos autênticos, mas também para o desenvolvimento de iniciativas de enoturismo e promoção das tradições associadas à viticultura. Essa sub-região, apesar de enfrentar desafios como concorrência de outras regiões vitivinícolas mais consolidadas e as mudanças climáticas, apresenta um potencial significativo para se afirmar como um território de excelência vitivinícola, integrando suas particularidades naturais e culturais em estratégias de valorização e crescimento sustentável.

A partir deste contexto, a decisão de investigar o presente estudo de caso prende-se com o facto de o Planalto Mirandês ser uma das sub-regiões integradas na região vitivinícola Trás-os-Montes, com características paisagísticas culturais e naturais de relevo associadas à produção do vinho, mas que necessita de monitorização e proteção para que a identidade cultural não se perca.

A presente investigação visa apresentar uma resposta para a seguinte pergunta de partida: De que forma o enoturismo pode contribuir para o desenvolvimento sustentável do território, promovendo a coesão e a valorização do património natural e cultural do Planalto Mirandês? Para responder esta questão, foram definidos os seguintes objetivos:

1. Rever a literatura científica sobre a paisagem cultural e outros elementos patrimoniais, culturais e naturais do vinho como património a valorizar e a preservar e como recursos que permitam desenvolver o território e contribuir para a sua coesão;
2. Analisar os dados socioeconómicos, demográficos, turísticos e do território vitivinícola a fim de avaliar o contexto destes índices no desenvolvimento do enoturismo na região;
3. Avaliar o potencial do enoturismo como uma estratégia de desenvolvimento sustentável para o Planalto Mirandês, promovendo a coesão territorial e a valorização dos recursos endógenos;
4. Investigar as perceções de residentes, visitantes e agentes locais sobre a valorização das paisagens e do património associado à viticultura no Planalto Mirandês;
5. Propor estratégias de valorização do património do vinho, que contribua para aumentar a atratividade da região e a criação de novas dinâmicas associadas ao Enoturismo, tendo em conta a sustentabilidade dos territórios;
6. Identificar novas oportunidades para o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores que integrem o enoturismo e a cultura local, fortalecendo a atratividade da região.

No que concerne à estrutura desta dissertação, esta encontra-se dividida em cinco capítulos. Relativamente ao primeiro capítulo, é realizada a apresentação dos conceitos sobre o qual assentam a presente investigação. Contextualiza-se a temática da paisagem, património e enoturismo e a sua ligação a cultura e ao vinho, desde a sua definição até uma abordagem do enoturismo na promoção da coesão territorial, especialmente em regiões rurais. A revisão da literatura aborda a paisagem vitivinícola como um elemento essencial do património cultural, evidenciando a sua dualidade entre componentes materiais, como monumentos e locais históricos, e imateriais, como tradições, práticas sociais e técnicas. É destacada a importância do conceito de autenticidade para preservar o valor histórico e cultural destas paisagens, que resultam da interação entre natureza e cultura, funcionando como símbolo identitário, promovendo o senso de pertença e reforçando a coesão territorial. O enoturismo surge como uma estratégia relevante para a

valorização económica e cultural das regiões vitivinícolas, enquanto preserva a identidade local. A conexão entre a paisagem e a autenticidade é explorada com ênfase no conceito de *terroir*. O enoturismo é apresentado como uma experiência que alia características sensoriais e cultura, promovendo as tradições locais, atraindo visitantes e dinamizando as economias regionais, enquanto contribui para a conservação das paisagens culturais. Esta atividade permite que a autenticidade e a história das regiões vitivinícolas se tornem um diferencial competitivo no mercado turístico global.

Adicionalmente, o enoturismo é descrito como uma ferramenta para o desenvolvimento sustentável, com impacto positivo especialmente em regiões rurais, destacado como um canal que promove a sustentabilidade ao equilibrar o crescimento económico, a inclusão social e a preservação ambiental, contribuindo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A relação intrínseca entre turismo e ruralidade é explorada, destacando a revitalização das áreas rurais e o estímulo à economia local por meio de práticas inovadoras e sustentáveis. Também é apresentada a relevância do enoturismo em Portugal, considerando a riqueza da sua tradição vitivinícola. Integrado à Estratégia Turismo 2027, o enoturismo no país combina a exploração do meio rural, a valorização da herança cultural e a promoção da gastronomia regional. O sucesso de Portugal neste setor é evidenciado por seu destaque global como um dos principais destinos de enoturismo, com impacto positivo na economia local e na preservação do património cultural.

O segundo capítulo é dedicado ao desenvolvimento do enquadramento histórico, cultural, geográfico, paisagístico e climático, socioeconómico e demográfico da região de Trás-os-Montes, em especial, Miranda do Douro. Apresenta-se também neste capítulo a caracterização turística e do território vitivinícola da região.

O terceiro capítulo aborda a metodologia da investigação e os percursos metodológicos. Para alcançar os objetivos expostos anteriormente, a presente pesquisa utilizou uma abordagem metodológica mista, combinando técnicas qualitativas e

quantitativas. A seleção das metodologias foi orientada pela necessidade de compreender, de forma ampla e aprofundada, as dinâmicas socioculturais, económicas e ambientais associadas ao setor vitivinícola no Planalto Mirandês. Inicialmente, realizou-se uma revisão sistemática da literatura com o objetivo de fundamentar teoricamente o estudo. Esta etapa envolveu a identificação, análise e síntese de estudos relevantes relacionados à paisagem, património e enoturismo, bem como às dinâmicas de desenvolvimento regional associadas à produção de vinho. A revisão permitiu rever uma base conceptual e identificar lacunas no conhecimento existente, como poucas pesquisas desenvolvidas sobre o enoturismo no Planalto Mirandês, orientando a formulação dos instrumentos de pesquisa.

Em seguida, foi aplicado um inquérito por questionário com escala de Likert direcionado a residentes e visitantes da região com o objetivo de compreender a valorização da paisagem e dos seus elementos patrimoniais identitários mais significativos. Complementarmente, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com agentes locais, incluindo produtores, membro de uma cooperativa local e representantes de entidades regionais. As entrevistas forneceram informações detalhadas e contextuais, enriquecendo a análise com perspetivas baseadas na experiência prática dos envolvidos diretamente ou indiretamente com a viticultura na região. Finalmente, foi realizado um *focus group* com estudantes do curso de escanção vinho. Esta técnica visou explorar perceções sensoriais e culturais sobre alguns vinhos do Planalto Mirandês, bem como avaliar a sua representatividade enquanto produto identitário da região. O formato de discussão coletiva permitiu identificar consensos e divergências, além de gerar insights sobre as oportunidades para aumentar o impacto dos vinhos locais no mercado.

No quarto capítulo está reservado a apresentação e análises de dados quantitativo e qualitativo e a discussão de resultados.

Por fim, o quinto e último capítulo é dedicado à conclusão, onde serão expostas as principais conclusões do estudo, destacando os achados mais relevantes. Serão também

abordadas as limitações da pesquisa, assim como apresentadas sugestões para futuros estudos, com o objetivo de contribuir para o aprofundamento do conhecimento científico na área. A figura 1 apresenta a metodologia descrita nos parágrafos acima:

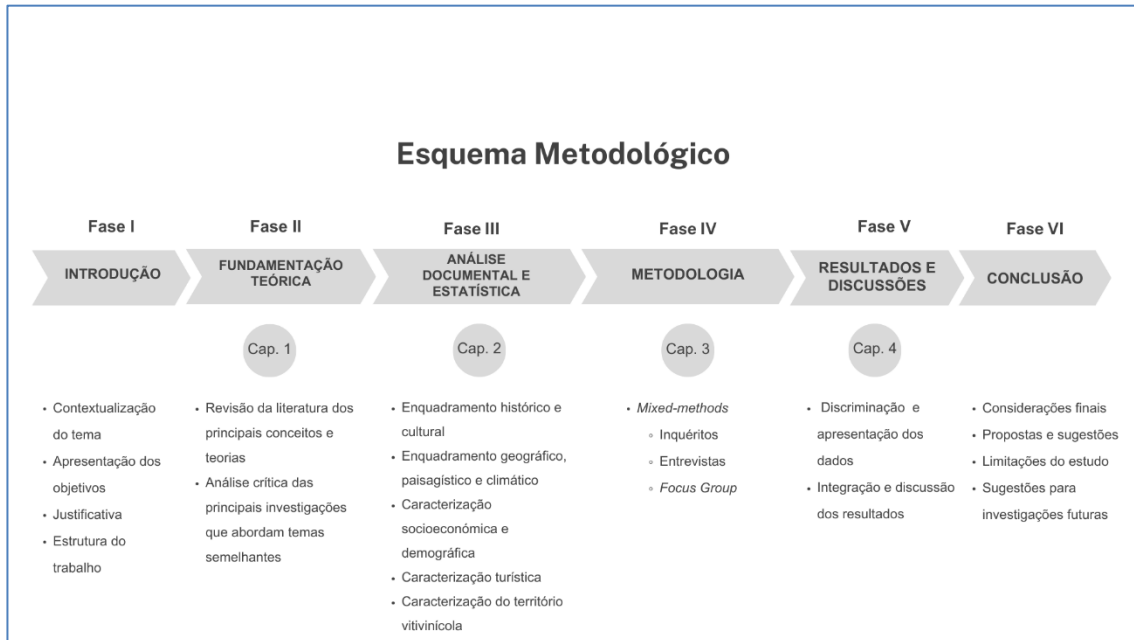


Figura 1. Esquema Metodológico

Fonte: Elaboração própria

Este esquema metodológico foi elaborado com o objetivo de apresentar a organização e as etapas da pesquisa, permitindo uma visão clara e integrada do processo de investigação. Este quadro apresenta as fases do estudo, desde a introdução e fundamentação teórica até a análise dos resultados e as conclusões.

CONCLUSÃO

Neste capítulo serão abordadas as principais conclusões desta dissertação no que diz respeito às dinâmicas do enoturismo e da coesão territorial no contexto do Planalto Mirandês, demonstrando como os elementos patrimoniais relacionados com o vinho podem apoiar o desenvolvimento sustentável desta sub-região. Será, no entanto, a proposta de criação de novos produtos e de novos corredores turísticos de património cultural e natural associados ao vinho que serão apresentados neste capítulo. É fundamental encontrar vias de ligação entre outros territórios envolventes de forma a promover a coesão territorial promovendo uma economia local com base na visita e no enoturismo.

O valor do vinho como recurso cultural, económico e ambiental é amplamente reconhecido em estudos académicos, que destacam o enoturismo como uma forma eficaz de fortalecer a identidade local e promover a sustentabilidade em áreas rurais (Hall & Mitchell, 2008; Ferreira & Hunter, 2017). No Planalto Mirandês, onde tradições vitivinícolas se entrelaçam com paisagens únicas, o vinho não apenas desempenha um papel crucial no turismo, mas também tem potencial para fomentar a coesão territorial, diminuindo desigualdades regionais e promovendo a valorização de recursos locais, conforme sugerido por políticas europeias de coesão territorial (Comissão Europeia, 2021). Este último capítulo sintetiza as principais descobertas da pesquisa, avaliando as contribuições e limitações do estudo e propondo caminhos para futuros trabalhos que possam aprofundar a relação entre património, enoturismo e desenvolvimento territorial.

Foi realizado um estudo de investigação aplicada ao território com o objetivo de compreender as dinâmicas do enoturismo e o papel do património vitivinícola na região de Miranda do Douro. A pesquisa incluiu a aplicação de nove entrevistas semiestruturadas a agentes locais, um inquérito por questionário dirigido a visitantes e residentes da região, e um *focus group* com estudantes de um curso de escanção e mercado global dos vinhos.

Este desenho metodológico permitiu recolher percepções diversificadas, analisando tanto a valorização do património vitivinícola quanto as oportunidades e desafios associados ao enoturismo na região. Além disso, o uso de instrumentos variados forneceu uma visão mais ampla sobre como diferentes atores percebem e interagem com o património vitivinícola, contribuindo para o debate sobre o desenvolvimento sustentável e a coesão territorial em territórios vitivinícolas como o Planalto Mirandês.

O enoturismo em Portugal tem avançado significativamente, destacando-se como uma ferramenta estratégica para promover a economia, a cultura e a identidade regional, porém ainda demonstra um cenário de contrastes e avanços. Enquanto o Douro, reconhecido pela UNESCO como Património Mundial, é internacionalmente reconhecido pelo seu significado histórico e reputação global, outras regiões precisam criar e melhorar as suas estratégias para demonstrar a qualidade dos seus vinhos e o rico património relacionado com a vitivinicultura, consolidando aos poucos a sua posição no mercado global. Neste sentido, o desenvolvimento desta investigação permitiu compreender o elevado potencial do enoturismo no contexto nacional, destacando-o não apenas como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento do setor turístico, mas também revelando um conjunto de fragilidades que ainda persistem em algumas regiões. No caso específico da região do Planalto Mirandês, os resultados da pesquisa apontam para um cenário promissor, destacando o enoturismo como uma atividade com grande potencial para impulsionar o desenvolvimento local e regional. Contudo, a análise também revelou a existência de barreiras que dificultam o pleno aproveitamento desse potencial. Entre os principais desafios, destacam-se a falta de incentivo adequado, a concorrência de mercado a nível regional e nacional, as mudanças climáticas, a necessidade de mão-de-obra e a falta de investimento em publicidade e divulgação estratégica.

Alguns resultados obtidos nesta pesquisa também apontam para desafios significativos no que diz respeito ao aproveitamento do potencial enoturístico de Miranda do Douro. A maioria dos visitantes permanece por períodos curtos na região, o que sugere

que o destino é visto mais como um ponto de passagem do que um local para estadias prolongadas. Além disso, embora os eventos tenham sido o principal motivo das visitas, o património vitivinícola, que poderia atrair visitantes de forma contínua, não tem sido suficientemente explorado, refletido no facto de que poucos turistas participam em atividades relacionadas com o vinho. O enoturismo representa um segmento turístico de grande relevância com capacidade de impulsionar o desenvolvimento socioeconómico a nível regional, pois valoriza não apenas os recursos locais e culturais associados à produção de vinho, mas também a criação de oportunidades de emprego e investimento (Guerra *et al.*, 2020; Brochado *et al.*, 2021). A criação e a promoção de experiências dinâmicas que envolvam a interação com o património e a cultura do vinho, pode ser uma estratégia determinante para fomentar o enoturismo em determinadas regiões. A criação de rotas de vinho por exemplo, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento regional, pois combina a valorização do património vitivinícola com o incentivo ao turismo e à economia local. Através do desenvolvimento de uma rota do vinho, os visitantes têm a oportunidade de explorar as riquezas culturais, históricas e tradicionais que caracterizam um território vitivinícola através de visitas a diferentes locais relacionados com o vinho (Carrión *et al.*, 2019). Estas rotas oferecem uma experiência integrada aos visitantes, permitindo que explorem vinhedos, adegas, paisagens naturais e aspetos culturais únicos de cada região. Além de atrair turistas e prolongar sua estadia, as rotas de vinho promovem a diversificação da oferta turística, fomentam o empreendedorismo local e criam oportunidades de emprego em sectores como hotelaria, gastronomia e artesanato. Casos de sucesso como o Douro e o Alentejo podem ser replicados, de forma adaptada, a outras regiões portuguesas.

Estudos anteriores (Rodrigues & Correia, 2019) propuseram o desenvolvimento de uma proposta para a implementação da rota dos vinhos de Trás-os-Montes, apresentando esta rota como um projeto integrador de toda a região, numa configuração de submarca da marca “Trás-os-Montes”. Foi proposto pelos autores um cenário para a Rota dos Vinhos, com ênfase na participação da comunidade local na criação de experiências culturais e na

promoção da identidade regional. Observou-se nesta pesquisa que os turistas, atraídos pelo vinho, procuram experiências que envolvem o destino, o vinho e o desenvolvimento pessoal e para atender a esse público exigente, é essencial integrar tecnologia, garantir a gestão da qualidade e capacitar os envolvidos, oferecendo serviços de excelência com foco em sustentabilidade e *networking* (Rodrigues & Correia, 2019). A Rota dos Vinhos pode ajudar a resgatar e divulgar as tradições vitivinícolas de Miranda do Douro, promovendo o vinho local e as vinhas históricas da região. A participação ativa da comunidade local, mencionada no projeto, pode ser um ponto forte, pois a cultura, a paisagem, a gastronomia mirandesa e o vinho estão profundamente entrelaçados. Isso geraria um turismo mais imersivo, onde os visitantes vivenciariam a autenticidade e os saberes tradicionais da região. Diante deste contexto, é importante ressaltar que o enoturismo conecta os turistas com o meio rural, promovendo a preservação da autenticidade regional e valorizando elementos como artesanato, paisagens, arquitetura e gastronomia, além de impulsionar o desenvolvimento das regiões vitivinícolas, maximizando seu potencial turístico e estimulando a economia local (Guerra et al., 2020).

De um modo geral, a região de Miranda do Douro distingue-se pela valorização da natureza, da gastronomia e das paisagens, características que atraem os turistas e que estão ligadas à qualidade dos seus produtos e à sensação de tranquilidade percebida pelos visitantes. Além disso, as tradições, o património cultural e a autenticidade local foram destacados como componentes que reforçam a singularidade do destino e refletem a importância do vinho, que neste caso, precisa ser reconhecido como parte da sua oferta turística. Por outro lado, os dados indicam uma clara desvalorização do património vitivinícola como recurso cultural e turístico, apontando para a necessidade de maior reconhecimento de seu potencial como alavanca para o desenvolvimento local. Neste sentido, como um dos objetivos desta pesquisa, serão propostas estratégias de gestão e valorização das paisagens do vinho do Planalto Mirandês, que fomentem as dinâmicas do enoturismo e também contribuam de alguma forma para a diminuição das vulnerabilidades associadas aos impactos das alterações climáticas, conforme apresentado na figura 9.

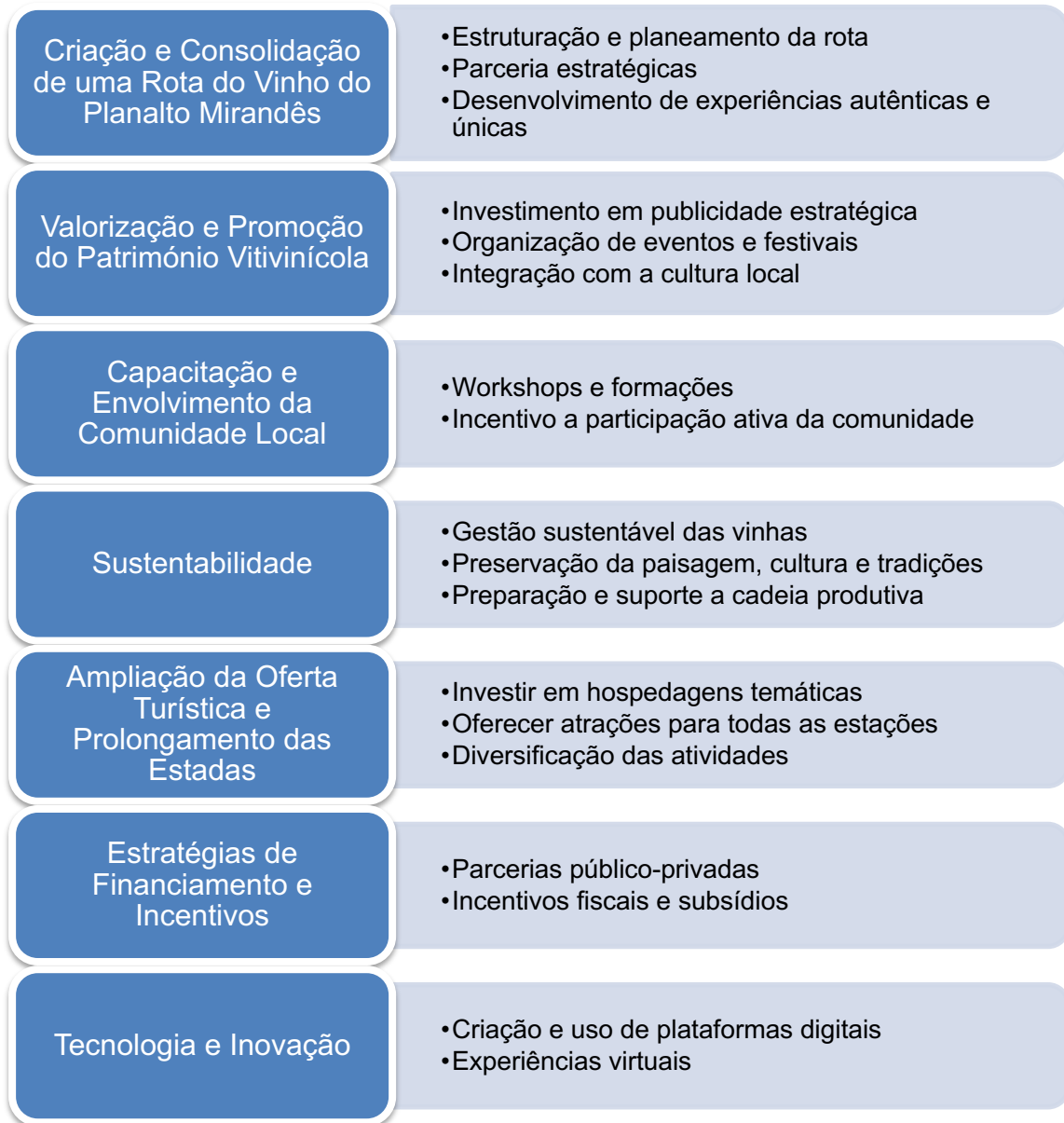


Figura 9. Proposta de estratégias para fomentar o enoturismo em Miranda do Douro

Fonte: Elaboração própria

Conforme já citado anteriormente, a criação de uma rota do vinho é um bom ponto de partida, estabelecendo itinerários integrados que incluam vinhos, adegas e património cultural, com enfoque em experiências autênticas como a colheita da uva, gabinetes de enologia e provas que combinem o vinho com a gastronomia regional. De acordo com Pellin *et al* (2020), a criação de rotas de vinho desempenha um papel estratégico no fortalecimento das regiões vitivinícolas, promovendo o enoturismo como uma ferramenta

de desenvolvimento territorial sustentável, uma vez que elas integram a valorização dos vinhos locais com o património cultural e ambiental, gerando emprego, rendimento e investimentos enquanto preservam tradições. Contudo, seu sucesso depende de uma governança eficiente que articule os atores envolvidos e garanta serviços de qualidade.

Para complementar, é importante valorizar o património vitivinícola através de campanhas de publicidade temáticas, celebrações e eventos direcionados que liguem o vinho à identidade regional, utilizando elementos como a língua mirandesa, a gastronomia, a arte e a cultura tradicional. Eventos que integram vinho e gastronomia são fundamentais para o enoturismo, promovendo o consumo de produtos locais e fortalecendo a identidade cultural das regiões vitivinícolas (Hall e Mitchell, 2008). A Festa do Vinho Verde, realizada em Ponte de Lima, é um excelente exemplo de como eventos regionais podem impulsionar o enoturismo, servindo de inspiração para Miranda do Douro. Este evento combina a promoção do vinho local com uma ampla gama de atividades culturais, gastronómicas e musicais, criando uma experiência imersiva que atrai turistas de diversas origens.

Outro elemento estratégico é a formação da comunidade local através de programas focados na hospitalidade e no ensino de idiomas, permitindo a participação ativa dos moradores na criação de experiências turísticas, o que promove a valorização das tradições e aumenta as oportunidades económicas. A iniciativa do Chai Lai Garden na Tailândia funciona como um modelo de turismo sustentável e comunitário, envolvendo a população local no planeamento e desenvolvimento das atividades turísticas (Chai Lai Garden, s/d). Além de promover experiências autênticas para os visitantes, a iniciativa oferece capacitação às comunidades por meio do modelo TBC (Community-Based Tourism). Isso inclui a capacitação e formação em hospitalidade, preservação cultural e gestão de recursos, permitindo que a comunidade participe ativamente da cadeia de valor do turismo, gere rendimentos e preserve as suas tradições culturais e ambientais.

Ao mesmo tempo, devem ser implementadas práticas sustentáveis, tais como técnicas agrícolas adaptadas às alterações climáticas, preservação dos recursos naturais da região e capacitação e suporte aos produtores para que se possam adaptar a maneiras de cultivo mais sustentáveis. O Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo, por exemplo, é uma iniciativa que visa promover práticas agrícolas sustentáveis, procurando equilibrar aspetos ambientais, sociais e económicos (Vinhos do Alentejo, s/d). O programa inclui diversas medidas, como a gestão eficiente dos recursos hídricos, a redução da pegada de carbono, a preservação da biodiversidade e o apoio à certificação de práticas agrícolas responsáveis. É também focado no desenvolvimento de uma vitivinicultura mais resiliente e na valorização do território e dos produtos locais. Para a região de Miranda do Douro, um programa similar pode ser desenvolvido e adaptado com foco nas características específicas da região, como o clima mais rigoroso, a diversidade de solos e o potencial de vinhos únicos da área.

A melhoria das infraestruturas de apoio, como os hotéis temáticos e as atividades sazonais que combinam o enoturismo com o turismo cultural e natural, é fundamental para diversificar a oferta turística, aumentar a duração das estadias e auxiliar na capacidade da região para receber mais turistas. De acordo com Partale e Partale (2022) a diversificação de produtos turísticos, quando distribuídos de forma correta, podem contribuir para o equilíbrio do número de visitantes, tornando a região mais sustentável como espaço de vida para a comunidade local.

A utilização da tecnologia também desempenha um papel fundamental, como se verifica pelo desenvolvimento de plataformas digitais interativas para a promoção da rota do vinho por exemplo, e pela introdução de inovações como a realidade aumentada, para melhorar as experiências dos visitantes. Soares (2022) ressalta que as novas tecnologias foram integradas nas atividades do turismo, agregando valor à experiência dos viajantes e oferecendo ferramentas para fornecedores e para a gestão local, e além disso, o uso dessas tecnologias tornou-se uma estratégia essencial para organizações e destinos, ao

fortalecer a comunicação, facilitar a distribuição de produtos e serviços e aumentar a competitividade, melhorando a experiência dos turistas através de informações mais eficazes. Para os destinos, a tecnologia destaca-se como uma fonte de inovação e competitividade para os destinos, promovendo interação e envolvimento entre os turistas e o local, o que transforma a experiência turística (Mendes Filho *et al.* 2019).

Por fim, a viabilização dessas iniciativas exige estratégias de financiamento robustas, incluindo parcerias público-privadas, incentivos fiscais para os produtores e a captação de recursos da União Europeia para projetos sustentáveis. O resultado destas ações combinadas pode vir a aumentar a estadia dos turistas, atrair novos visitantes, dinamizar a economia local e estabelecer Miranda do Douro como um destino turístico competitivo e sustentável.

O futuro do enoturismo aponta para um desenvolvimento contínuo, no qual as regiões devem fortalecer a sua identidade, destacando as qualidades únicas dos seus vinhos e gastronomia. Aproveitar os recursos locais e singulares será essencial para criar experiências exclusivas, promovendo a região como destino turístico atrativo e, ao mesmo tempo, impulsionando a economia local (Santos *et al.*, 2018). Este estudo reafirma a importância do enoturismo como um catalisador para o desenvolvimento de regiões como o Planalto Mirandês, destacando não apenas seu potencial económico e cultural, mas também a necessidade urgente de ações estratégicas. Nesse contexto, torna-se fundamental a implementação de políticas públicas eficazes e o incentivo a iniciativas privadas que visem fortalecer essa atividade. Além disso, é crucial fomentar parcerias entre diferentes atores locais, regionais e nacionais, de modo a garantir investimentos consistentes, promover a inovação no sector e valorizar o património cultural associado à vitivinicultura. Esses esforços podem consolidar o enoturismo como uma ferramenta sustentável de desenvolvimento regional.

É ainda importante destacar as principais limitações que foram encontradas durante o desenvolvimento desta dissertação. Em primeiro lugar, destaca-se a dificuldade em obter entrevistas com alguns agentes locais e aplicar questionários a uma amostra diversificada de visitantes e residentes. A disponibilidade limitada e a dificuldade de aceder as plataformas digitais dos entrevistados, nomeadamente o *zoom* e *google meet*, e a resistência de alguns participantes em compartilhar as suas perceções, restringiram o volume de dados coletados. Outra limitação encontrada foi o número reduzido de inquéritos, pela dificuldade de obter respostas aquando da sua realização. No entanto, para colmatar algumas destas limitações, foram utilizados e desenvolvidos outros métodos, nomeadamente o *focus group*, que permitiu alcançar um resultado final mais sustentado e diversificado relativamente à análise efetuada.

Como linhas futuras de investigação, propõe-se um estudo aprofundado que tenha em conta as perceções, disposição e expectativas dos produtores locais para a implementação das propostas de desenvolvimento do enoturismo na região do Planalto Mirandês. Este estudo ajudará a aprofundar em detalhes os principais desafios e oportunidades que percebidos por estes agentes e compreender como podem participar ativamente na criação e promoção do vinho e de outros produtos turísticos sugeridos.

Para além disso, recomenda-se a realização de um estudo de mercado que descreva de forma mais detalhada as características dos turistas interessados no enoturismo em Miranda do Douro. Este estudo poderia abordar aspetos como motivações de viagem e hábitos de consumo destes turistas. A comparação deste perfil com o de turistas de regiões conhecidas pelas suas práticas turísticas bem-sucedidas, como o Douro ou o Alentejo, poderia fornecer informações úteis sobre as expectativas específicas dos turistas e as suas preferências por experiências relacionadas com o enoturismo. Tal pesquisa permitiria desenvolver estratégias mais eficazes e adequadas às exigências do mercado, aumentando a probabilidade de sucesso das propostas sugeridas e reforçando a competitividade regional.



UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE

upt.pt