

## **O TURISMO DE CULINÁRIA E OS ALIMENTOS COM HISTÓRIA COMO PRODUTO TURÍSTICO**

**Silvia Cunha**

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação,  
Portugal  
silvia.i.cunha@gmail.com

**Maria do Rosário Campos\***

Politécnico de Coimbra - Escola Superior de Educação,  
CHSC, Portugal  
rcampos@esec.pt

\*Autor correspondente

## Resumo

O presente artigo tem subjacente a dissertação de mestrado intitulada “O Pastel e a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal: Contributos para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal”. A referida investigação visou compreender a importância da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal na defesa e preservação do Pastel de Tentúgal, concluindo-se, com o estudo, que o processo de confeição desta iguaria, único no mundo, é a grande vantagem competitiva que Tentúgal possui, constituindo uma atração turística desta vila situada em Portugal, no centro do país. Na sequência da investigação efetuada, defende-se neste artigo a pertinência da aplicação da “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária”, bem como a criação de “Itinerários Intermunicipais Integrados (III’s)”, tendo em vista criar um processo dinâmico, no qual os alimentos com história, como produto turístico e o Turismo de Culinária, como um nicho do Turismo Gastronómico, se aliam para que os consumidores possam usufruir de uma experiência holística que advém, tão simplesmente, da comida. Nesse sentido, será necessário que os municípios referenciados na proposta apresentada tornem acessível o seu património e disponibilizem os serviços municipais, nomeadamente, o serviço de transporte, as confrarias gastronómicas os seus produtos e os agentes de animação turística promovam a articulação dos itinerários que se propõem, tendo subjacente a procura.

**Palavras-chave:** Confrarias Gastronómicas; Turismo de Culinária; Turismo Gastronómico; Itinerários Intermunicipais Integrados; Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária.

## Abstract

The present article is based on a master's thesis entitled “O Pastel e a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal: Contributos para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal”. This research aimed to understand the importance of the Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal in the defense and preservation of the Pastel de Tentúgal. It concluded that its process of confection, unique in the world, is the great competitive advantage that Tentúgal possesses and constitutes a tourist attraction of this village situated in the center of Portugal. As a result of the research, it will be defended in this article the relevance of the “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária” as well as the creation of the “Itinerários Intermunicipais Integrados (III's)” in order to create a dynamic process where food with history can be a tourist product. Culinary Tourism as a niche of Food Tourism is a recognition that consumers hope to enjoy a holistic experience that comes simply from the food. Therefore, it will be necessary for municipalities to provide their tangible and intangible assets and their municipal services, such as the transportation services, for gastronomic brotherhoods to divulge and offer their products, and for tourist agents to articulate and organize the itineraries with underlying demand.

**Keywords:** Culinary Tourism; Food Tourism; Gastronomic Brotherhoods; Integrated Intermunicipal Itineraries; Wheel of the Gastronomic/Culinary Tourism.

## Introdução

Na investigação que foi feita evidenciou-se o papel fundamental que as Confrarias Gastronómicas desempenham como veículo, por excelência, do património cultural e pela ação que exercem na preservação e passagem de testemunho, de geração em geração, de receituários e de outros conhecimentos que se procuram perpetuar ao longo dos tempos (Cunha, 2016). Estas associações, sem fins lucrativos e em regime de voluntariado, têm como objetivo primordial compreender e dar a conhecer a gastronomia local, reforçando a identidade cultural e deixando a sua marca na economia das regiões e nas comunidades locais.

No caso em apreço, a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal (CDCT), inspirada na simbologia e na herança das Carmelitas do Convento de Nossa Senhora do Carmo, tem por objetivo desenvolver atividades que visam a preservação não só do património doceiro, mas de outro património cultural material e imaterial da vila de Tentúgal. Nesse sentido, foi evidenciado de que forma o receituário conventual associado ao Convento de Nossa Senhora do Carmo foi transmitido e recuperado, nomeadamente, no que concerne ao Pastel de Tentúgal. Será de salientar, que esta iguaria passou a ser o principal agente de divulgação de Tentúgal, detendo, desde 2013, a classificação de Indicação Geográfica Protegida (IGP) atribuída pela União Europeia, fazendo assim parte da lista de produtos certificados a nível nacional.

Considerou-se ainda no estudo o Turismo de Culinária como um ramo do Turismo Gastronómico e como um produto em ascensão em Portugal. Apesar do Turismo Gastronómico e do Turismo de Culinária se complementarem, importa acentuar que o Turismo de Culinária incide na experimentação, no viver a realidade da arte culinária e do meio envolvente, indo além do que implica o Turismo Gastronómico. Assim, o turista de culinária não só se preocupa em conhecer a gastronomia dum determinado local, como procura saber o porquê da sua existência, quem a elabora, que produtos são utilizados, quer conhecer o processo de confeição e procura destinos que lhe permitam concretizar essas experiências únicas.

A existência de canais e programas de televisão dedicados, exclusivamente, a viagens e a comida, como é o caso do *Foodnetwork* ou o *24 Kitchen*, em cujos programas, as duas ideias estão associadas, tornando difícil distinguir se se tratam de programas sobre viagens ou sobre gastronomia, em muito têm contribuído para este tipo de turismo. O interesse em experimentar receitas únicas, quer seja apenas pela confeição e degustação, quer seja pelo ir ao encontro desses pratos no seu local de origem, ou ainda, o querer saborear as iguarias de um determinado chefe, que seja, por exemplo, detentor de “Estrelas Michelin”, faz com que viajar para comer passe a assumir um novo significado. Com esta iniciativa, alguns estabelecimentos acabam por se tornar verdadeiros templos de gastronomia, sendo verdadeiros atrativos turísticos.

O mesmo acontece, igualmente, com a proliferação de *blogs* e *bloggers* de viagens, nos quais a partilha de informação, baseada em experiências vividas, nomeadamente no que toca à gastronomia, está cada vez mais ao alcance de qualquer um, seja através da descrição de uma viagem ou itinerário realizados, seja de um restaurante visitado ou, simplesmente, de uma iguaria degustada.

Considerando-se que a colaboração entre os vários intervenientes da atividade turística é essencial, como proposta de intervenção, apresenta-se o desenvolvimento da “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária” e a criação de “Itinerários Intermunicipais Integrados” (III’s), salientando-se com a proposta o Turismo de Culinária como um nicho do Turismo Gastronómico, indissociável do desejo de conhecer a história que envolve o património alimentar.

Face ao exposto, organizou-se o presente trabalho em quatro secções. Na primeira, expõem-se fundamentos teóricos e conceitos relativos à investigação efetuada e que se complementam agora com outra informação pertinente para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal. Na segunda, descreve-se a metodologia que orientou a investigação ocorrida. Na terceira, apresentam-se os resultados, discutindo-se as principais conclusões do estudo e na quarta, dá-se relevo à proposta de intervenção evidenciando-se a pertinência de a mesma ser posta em prática.

## **O turismo gastronómico e as suas vertentes como produto turístico**

Para Santos e Cravidão (2015), “os valores simbólicos da alimentação há muito que se cruzam com o turismo” (p. 12), bem como

“os produtos gastronómicos e vínicos oferecem ao visitante a possibilidade de melhor conhecer a cultura, os costumes, as tradições e as histórias de lugares e pessoas, de um modo extremamente agradável e prazenteiro. A procura insistente, que se vai sentindo nos últimos anos, naquilo que podemos denominar por turismo alternativo, de nicho, criativo, étnico, entre outros - inseridos na denominação genérica de novo turismo-, tem nos produtos alimentares a forma ideal de exploração das identidades e saberes-fazeres específicos de cada ocupação; das expressões culturais autênticas, resultantes da confeção própria de cada comunidade local; da presença singular de festividades e produtos *gourmet* e de *terroir*, que se transformam em componentes de notoriedade territorial”. (p. 11)

Nesta temática do Turismo Gastronómico, importa evidenciar alguns conceitos que se consideram pertinentes, ainda que alguns sejam mais inovadores do que outros. Nesse sentido e citando-se o Dicionário da Língua Portuguesa (2013), gastronomia é “a arte de cozinhar com o objetivo de proporcionar o maior prazer aos que comem; conhecimento e apreciação dos prazeres da mesa”. Por sua vez, a gastromania remete para “o amor excessivo à gastronomia; prazer da mesa”, traduzindo-se o termo gastrologia no “estudo e conhecimento das regras da arte culinária; tratado sobre a arte culinária”. Gastrónomo será “aquele que conhece e aprecia os prazeres da mesa; aquele que conhece e exerce a arte de bem cozinhar” e “Gastromaniaco” é o indivíduo “que se entrega à gastronomia”. Por fim, o gastrólogo é o “especialista em gastrologia”, de acordo com a mesma fonte.

Salientamos que, cada vez mais os conceitos que referimos se encontram intimamente ligados às práticas turísticas dos nossos dias e estão associados a este tipo de turismo de nicho, sendo que o conhecimento da história ou das estórias que estão por detrás dos alimentos consumidos é, atualmente, uma das motivações que nos levam a visitar um determinado local. Foi, também, o que se constatou com a investigação efetuada sobre o Pastel de Tentúgal, o qual pelo seu peculiar modo de confeção e a sua história se converteu num verdadeiro produto turístico, contribuindo assim para o desenvolvimento do Turismo de Culinária em Portugal.

Para o desenvolvimento destes temas, muito têm contribuído as Confrarias Gastronómicas, através do seu trabalho de dar a conhecer a gastronomia local. Cada vez mais, estas procuram o envolvimento das populações, através da preservação e da passagem de testemunho de geração em geração e de receituários. Identificou-se neste sentido, a sua importância na implementação e comemoração do Dia Nacional da Gastronomia Portuguesa, o qual começou a ser celebrado pela primeira vez em 2016, tendo como data de referência, o último domingo do mês de maio (Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas, 2017).

Para a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE, 2014), as definições associadas ao turismo transmitem dois tipos de realidades diferentes e têm sobretudo a ver com a distinção entre os termos gastronomia e culinária. Para a APTECE (2014), "o Turismo Gastronómico está relacionado com a viagem feita para destinos onde a comida e as bebidas do local são atrativos suficientes para motivar a viagem, sem envolver necessariamente a experiência culinária" (p. 15), enquanto que "o Turismo de Culinária está relacionado com a experiência em torno das artes culinárias, não apenas no usufruto da refeição, mas na «procura de uma experiência única e memorável» que perdure na mente do turista" (p. 15).

Como afirma Dutra (2012): "Se a experiência turística pode ser compreendida como uma viagem do profano ao sagrado como forma de acrescentar sentido à vida vivida, o comer exploratório elege o poder da comida de representar e negociar a diferença, como forma de acesso a paisagens culturais e ambientes naturais. [...] A cada pão que levam na viagem de retorno, levam também um pouco daquele lugar para si e para os seus, como uma lembrança de quem esteve lá" (p. 250). Quem visita Tentúgal e o processo de confeição do Pastel, leva a sua história na "bagagem", na memória, e pode levar um "pedaço" daquele lugar como recordação para si e para os seus. Como se apurou pelo estudo efetuado, o Pastel de Tentúgal, pelo seu *modus faciende*, constitui uma atração única no mundo, a qual faz parte da narrativa da vila de Tentúgal e do seu quotidiano, tendo condições para vir a ser o principal motivo da visita a Tentúgal.

Segundo Costa (2014) "Em matéria gastronómica, aquilo que podemos considerar como sendo nosso património deve estar relacionado, indubitavelmente, com os nossos recursos, ou seja, com aquilo que produzimos, mas também com os diversos saberes que lhe estão associados" (p. 49). Ainda, relativamente à temática alimentar, enquanto património cultural imaterial, segundo o referido autor "as questões da memória coletiva e da preservação são, ainda, uma consequência da importância que lhe é atribuída" (Costa, 2014, p. 125). Dada a relevância do turismo cultural no âmbito da indústria turística e cientes que nem sempre o turismo é sinónimo de desenvolvimento sustentável, pode o turista, para além de mero observador, experienciar e vivenciar uma realidade cultural diferente, fazendo a gastronomia parte deste universo (Costa, 2014).

No estudo efetuado, abordou-se, ainda, o facto da dieta mediterrânica ter sido classificada como Património Imaterial da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), em Baku, no Azerbaijão, em 2013 e foi caracterizada a Pirâmide da Dieta Mediterrânica, apresentada na Figura 1.

Conforme se salientou, não obstante os doces serem um produto a ser consumido, apenas 2 porções (semanalmente), na base da pirâmide da Dieta Mediterrânica encontram-se a "Convivência", os "Produtos tradicionais, locais e amigos do ambiente", as "Actividades culinárias" e a "Sazonalidade". Tentúgal, estando em perfeita sintonia com a base da pirâmide, no que respeita aos itens referidos, com grande mestria e capacidade de adaptação à evolução dos tempos, contornou a questão do topo, criando a versão miniatura dos seus pastéis.

Queiroz (2014) defende que nas "sociedades mediterrânicas a repartição dos alimentos entre todos é um acto de profundo significado para a coesão familiar e social. No espaço público a presença e importância da mesa faz-se sentir nos mercados e praças, nas esplanadas e nos estabelecimentos de bairro cafés, tascas, bares. A conversa em voz alta, a intensidade das expressões populares, os gestos de confraternização mas também de discussão acalorada tornam inconfundíveis as convivialidades mediterrânicas" (p.39). Por sua vez, Gomes (2010)

afirma: “Hoje sente-se um movimento de retorno às origens, cansados que estamos das facilidades e desprazeres do quotidiano das cidades. O simples volta a ser o melhor. O autêntico, a garantia do bem feito. [...] Há casas, ainda, onde se conserva à lareira um pote de três pés cheio de água, com ossos de presunto velho para, em qualquer altura, fazer uma sopa, um arroz, ou cozer umas couves, com sabor” (p. 17). Para este autor, “a modernidade só tem consistência quando resulta da evolução natural da tradição. Só há cozinha nova, moderna ou contemporânea quando assenta em bases sólidas adquiridas na tradição. Sem improvisações, e sem rupturas fracturantes na essência dos produtos ou das receitas” (Gomes, 2010, p. 169).



**Figura 1.** Pirâmide da Dieta Mediterrânica.

Fonte: Fundación Dieta Mediterránea (2010) cit. in Queiroz (2014).

Encontrando-se o Turismo Gastronómico e o Turismo de Culinária em franca expansão em Portugal, compreende-se a pertinência da política do turismo em evidenciar esses nichos de mercado. Nesse sentido, se no Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), a gastronomia foi considerada, a par dos vinhos, um produto turístico estratégico (Turismo de Portugal, 2008) e na revisão do PENT 2013-2015, se evidenciou que a “qualidade e a diversidade da gastronomia e vinhos nacionais potenciam uma oferta distintiva para o turista que visita Portugal, assumindo, nesse sentido, um papel importante no enriquecimento da oferta turística”, (Ministério da Economia e do Emprego, s.d., p. 69), na “Estratégia Turismo 2027”, referencial estratégico para o turismo em Portugal no horizonte estratégico 2017-2027, a gastronomia e vinhos apresentam-se como “ativos diferenciadores” (Turismo de Portugal, 2016a).

Com efeito, para Câmara (2015), “as certificações DOP (Denominação de Origem Protegida), IGP (Indicação Geográfica Protegida) e ETG (Especialidade Tradicional Garantida) são importantes para que cada país possa guardar os seus traços identitários ao nível da alimentação e cultura gastronómica dentro do contexto europeu, mas também como forma de proteger esses traços distintivos perante a concorrência de produtos contrafeitos, oriundos de mercados intercontinentais e com outra legislação comercial” (p.150). Por outro lado, o autor refere que “o prazer genuíno de estar à mesa, seja ela farta ou escassa, vai muito além da questão fisiológica de nos alimentarmos, para ser antes um traço identitário” (Câmara, 2015,

p. 198), e ainda considera que: “Divulgar a mesa portuguesa vivida em estilo luso-mediterrânico pode ser um caminho para criarmos em quem nos visita mais afinidades com a nossa cultura. Mostrar o nosso estilo de servir um bom naco da nossa sumarenta história e partilhar este maravilhoso património gastronómico, servindo com requinte de uma cozinha simples, genuína e deliciosa, acompanhada sempre se bom senso e de dois dedos de prosa” (Câmara, 2015, p. 206).

Como afirma Schlüter (2015), “*la gastronomía está ganando terreno como atracción tanto para los residentes como para los turistas. Forma parte de la cultura de los pueblos y no sólo nutre al cuerpo sino al espíritu también. Cada sociedad cuenta con un amplio bagaje de tradiciones y costumbres y el turismo se vale de ellas para atraer a los visitantes interesados en diferentes manifestaciones culturales que se observan tanto en el ámbito urbano como el rural*” (p. 22). Gimenes, Brea e Gândara (2012) referem-se, por sua vez, à experiência holística da comida, que vai da escolha do local onde se vai comer, ao próprio ato de comer, aos pratos degustados, à hospitalidade, à companhia dos comensais e ao ambiente que oferece o restaurante. Para os autores, a experiência de comer fora torna-se ainda mais interessante num contexto turístico, pois motivado por conhecer a gastronomia local, o turista encontra na comida uma parte integrante da viagem, mesmo que o conhecimento do património gastronómico não seja a principal motivação da mesma. Para Espírito Santo e Cravidão (2015), a “singularidade da cozinha regional, em qualquer contexto territorial, é um apelo para estimular o consumo turístico [...]” (p. 63) e, “assegurar a imagem de uma cozinha única e característica de um determinado território é uma condição para o destino explorar o nicho do turismo gastronómico.” Para os referidos autores, em Portugal destaca-se, igualmente, a importância das Confrarias Gastronómicas na institucionalização da preservação da cozinha regional “Ao aliar a identidade e singularidade regional na concepção da gastronomia local, as confrarias pós-modernidade estão sintonizadas com a busca do consumidor turístico atual pelo caráter único e peculiar da oferta do destino” (p. 65).

A este propósito, salientou-se na investigação efetuada que, de acordo com o *Global Report on Food Tourism* (OMT, 2012), o Turismo Gastronómico é o segmento com maior crescimento na indústria mundial do turismo. Portugal figura no referido documento como sendo o segundo país da Europa com maior número de produtos certificados. Com efeito, este número tem crescido nos países da União Europeia. Câmara (2015), reportando-se a dados de fevereiro de 2015, publicados no Portal da Agricultura e Desenvolvimento Rural da Comissão Europeia, refere que, quanto aos produtos certificados, “a lista de certificações é liderada pela Itália com 270 produtos, segue-se a França com 219 referências, em terceiro lugar a Espanha com 181 itens, Portugal apresenta 125 registos, enquanto na quinta posição surge a Grécia com 101 certificações” (p. 149). Por estas razões, podemos afirmar que existem condições que conferem um cariz de excelência ao nosso mercado, no que concerne a este turismo de nicho. Por fim, podemos ainda referir que, cada vez mais

“a comercialização dos comes e bebes [...] também favorece o encontro entre turistas e anfitriões e pode ser um mecanismo para promover laços mais fortes entre ambos. Se há turistas que apenas estão interessados nas transações comerciais, também é um facto que certos turistas não se limitam à compra do produto. Alguns turistas durante a compra e consumo de produtos gastronómicos procuram aprofundar os seus conhecimentos estabelecendo um maior contacto com os anfitriões.” (Marujo, 2015, p. 203)

## Metodologia

Na investigação efetuada, recorreu-se, por um lado, à revisão da literatura com o objetivo de clarificar o objeto de estudo e fundamentar o enquadramento teórico do trabalho, identificando-se os temas estruturantes e outras temáticas pertinentes. Por outro lado, optou-se por métodos não só quantitativos, mas também qualitativos, procedendo-se, para o efeito, à realização de um inquérito por questionário e à realização de um inquérito por entrevista, respetivamente (Cunha, 2016).

No que concerne à aplicação do inquérito por questionário, foi feito um pré-teste composto por uma amostra reduzida de 15 indivíduos, com o intuito de verificar a eficácia e o valor do mesmo (Fortin, Côté, & Fillion, 2009). Corrigidos alguns erros detetados, foi feita a passagem do inquérito por questionário, tendo sido constituída uma amostra casual, probabilística. A amostra final correspondeu a 140 indivíduos, dado que cinco questionários não foram validados.

Os inquéritos por questionário foram distribuídos de uma forma estratificada, divididos entre os concelhos de Coimbra, Figueira da Foz e Mealhada, em locais públicos, como estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços. O método da amostragem estratificada é utilizado quando o investigador pretende obter uma amostra representativa e o seu universo é grande (Hill & Hill, 2012).

Optou-se por uma estrutura de questões fechadas e semiabertas, sendo o questionário, composto por 25 questões e dividido em quatro secções de perguntas de acordo com a informação que se pretendia identificar: perfil do inquirido; conhecimento da vila de Tentúgal; conhecimento da CDCT e, por fim, conhecimento do Pastel de Tentúgal. De forma a tornar mais clara e objetiva a realidade em análise e tendo em vista a sua interpretação na organização e no tratamento dos dados estatísticos, foi utilizado o programa *Excel* para o *Windows 10 Home*, com o recurso a tabelas e gráficos circulares e de barras, figuras de extrema utilidade para mostrar a informação em termos percentuais, tal como refere Maroco (2011).

No recurso ao inquérito por entrevista, optou-se pela entrevista semiestruturada, com questões abertas. Para Fortin et al. (2009), o investigador recorre a este tipo de entrevista quando necessita de obter mais informações particulares sobre o tema que está a estudar e a questão traduz-se no elemento central da entrevista, sendo que “as questões abertas têm a vantagem de favorecer a livre expressão do pensamento e de permitir um exame aprofundado da resposta do participante” (p. 378).

No estudo efetuado, foram criados dois guiões de entrevistas, de acordo com o perfil de cada uma das entrevistadas. Um dirigido à Presidente da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal (CDCT), que teve, como objetivo primordial, conhecer o contributo do Pastel de Tentúgal e da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal para a atividade turística a nível local em Tentúgal e para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal; e o outro, dirigido à Diretora do Departamento de Operações Turísticas da Entidade Regional de Turismo do Centro (ERTC), que pretendeu, fundamentalmente, conhecer o contributo do Pastel de Tentúgal e da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal.

As entrevistas foram agendadas previamente e foram efetuadas presencialmente, com recurso a gravação de som, com prévio consentimento. Posteriormente, recorreu-se à sua transcrição, construindo-se sinopses de forma a analisar o seu conteúdo, de acordo com as categorias e objetivos específicos antecipadamente definidos (Guerra, 2006). Os meios utili-



zados de forma a sistematizar a informação recolhida foram o guião e a grelha de análise, com a respetiva categorização e codificação, como referem os autores Strauss e Corbin (2008). Procedeu-se, por fim, à comparação das respostas dadas, relativamente a cada parâmetro de análise.

### Apresentação e discussão dos resultados

Com base na metodologia seguida no âmbito de uma abordagem quantitativa chegou-se à conclusão que o visitante de Tentúgal é um indivíduo com um nível de instrução variado e profissão não estereotipada, tendo aqueles que visitam a vila, como motivo principal a Doçaria Conventual, como podemos constatar pelo Gráfico 1.

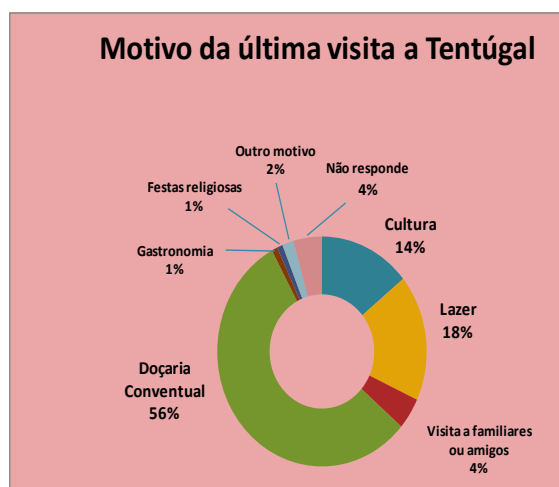


Gráfico 1. Motivo da última visita a Tentúgal.

Permanecem, por sua vez, apenas algumas horas, fazem a visita sem um critério definido e, normalmente, apenas se deslocam aos locais de consumo da referida doçaria.

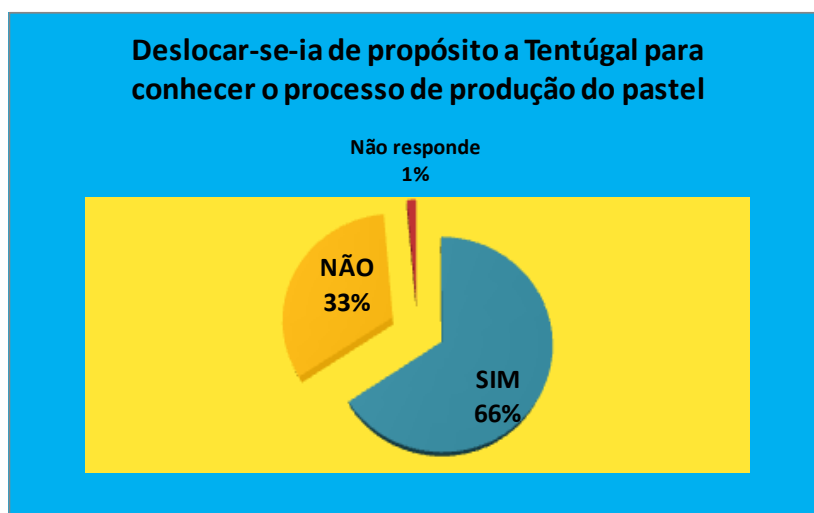
Verificou-se ainda, no que concerne ao conhecimento relativo ao Pastel de Tentúgal, que praticamente a totalidade dos inquiridos já tinha degustado a iguaria. Mais de metade desse universo tinha-o feito numa pastelaria em Tentúgal, considerando-o “Muito bom”. No que concerne ao processo de produção, um terço dos inquiridos apresentava um conhecimento razoável sobre o assunto e cerca de três terços sabia que se tratava de um produto certificado. Metade dos inquiridos demonstrou, ainda, ter conhecimento que o Pastel de Tentúgal participou no “Concurso das 7 Maravilhas da Gastronomia Portuguesa” e mais de metade deslocar-se-ia de propósito a Tentúgal, quer para degustar um pastel, quer para conhecer o seu processo de produção, como podemos ver nos gráficos 2 e 3.

De referir ainda que, no âmbito da amostra de 140 indivíduos que respondeu ao inquérito, 61% deslocar-se-iam de propósito a Tentúgal para degustar um pastel, 34 % não o faria, correspondendo a 85 e 48 inquiridos, respetivamente, tendo 5% não respondido ao solicitado, traduzindo-se essa opção em 7 respostas (Gráfico 2).



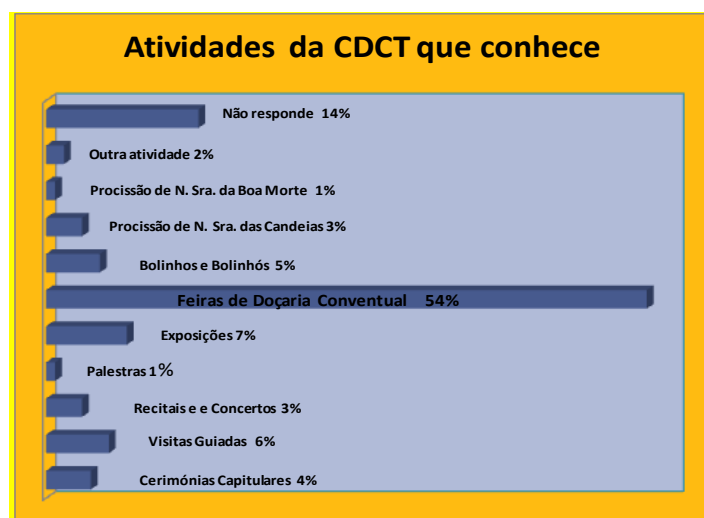
**Gráfico 2.** Deslocar-se-ia de propósito a Tentúgal para degustar um Pastel de Tentúgal.

Por sua vez, quando indagados se se deslocariam de propósito a Tentúgal para conhecer o processo de produção do pastel, 66%, ou seja, 92 dos inquiridos, responderam afirmativamente e 33%, ou seja, 46 indivíduos, não o faria, tendo 1%, 2 indivíduos, não respondido à pergunta (Gráfico 3).



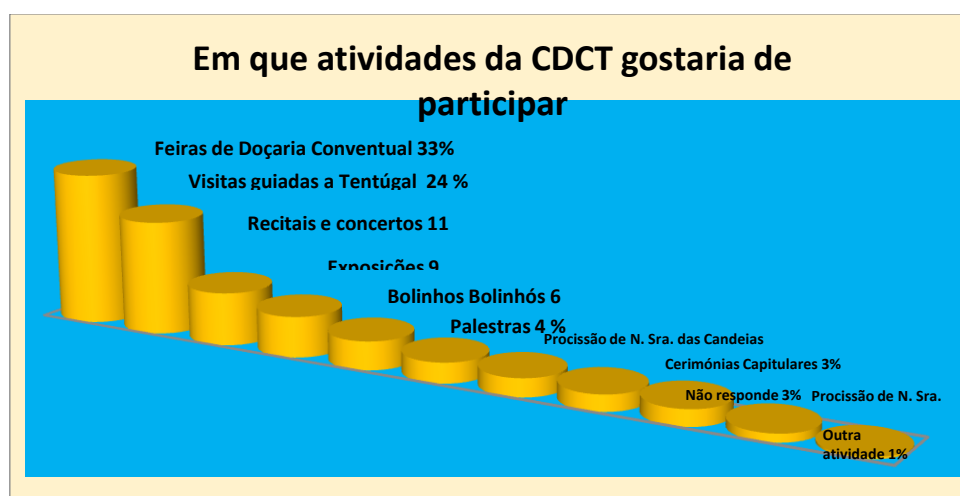
**Gráfico 3.** Deslocar-se-ia de propósito a Tentúgal para conhecer o processo de produção do Pastel de Tentúgal.

No âmbito das questões relativas ao conhecimento e participação dos inquiridos nas atividades da CDCT, constatou-se que “Feiras de Doçaria Conventual” (Gráfico 4) foi a atividade que mais adesão apresentava, verificando-se que aqueles que haviam participado em atividades da Confraria, quando o faziam estavam, normalmente, acompanhados por familiares ou amigos. Verificou-se, também, que mais de metade dos inquiridos detém conhecimento da existência da CDCT e das suas atividades.



**Gráfico 4.** Atividades da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal que os inquiridos conhecem.

De referir ainda que os inquiridos que nunca haviam participado em nenhuma ação da Confraria, assinalaram as “Feiras de Doçaria Conventual” e as “Visitas Guiadas a Tentúgal” como as atividades nas quais gostariam de participar, conforme se pode observar do Gráfico 5. Esta resposta leva-nos a considerar que a gastronomia no âmbito do turismo cultural é, de facto, uma das vantagens competitivas que a vila de Tentúgal detém.



**Gráfico 5.** Em que atividades da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal gostaria de participar.

Com base no inquérito por entrevista foi possível constatar que o trabalho da CDCT tem sido primordial, uma vez que viabiliza e incentiva as visitas que proporcionam o conhecimento da vila de Tentúgal e do seu património cultural material e imaterial. As visitas em grupo são as mais frequentes. Para este efeito, muito tem, igualmente, contribuído o posto de turismo para a divulgação da Rota da Doçaria Conventual/Rota do Património, aberto desde 12 de setembro de 2015, em Tentúgal. Foi também possível concluir, pela investigação efetuada, que existe cada vez mais interesse em permanecer mais tempo em Tentúgal. As visitas que ocorrem com maior frequência relacionam-se, por sua vez, com o Convento de Nossa Senhora do Carmo, a Igreja da Misericórdia e a Igreja Matriz de Tentúgal. De referir que a Confra-

ria é, igualmente, solicitada para visitas tendo em vista o conhecimento do património imaterial, evidenciando-se a esse nível, a visita ao processo de confeição e à degustação do Pastel de Tentúgal.

A CDCT funciona como “uma agência de *Marketing*”, tendo-o feito de uma forma exemplar, quando da realização do “Concurso das 7 Maravilhas da Gastronomia Portuguesa”, com a obtenção do lugar de finalista no certame. Concluímos também que a CDCT é o principal veículo da divulgação da Doçaria Conventual em geral, e do seu Pastel, em particular.

Ressalva-se também a reabilitação e recuperação do património edificado que têm vindo a ser feitas pela Confraria. Com o auxílio de receitas oriundas das suas atividades, como é o caso das visitas guiadas, já foram restauradas duas telas, a Roda e uma das salas do Convento, bem como a Torre do Relógio e a sede da Confraria, que se situa no próprio Convento.

“O pastel de Tentúgal tem um percurso histórico que está escrito e que, muitas vezes, se confunde com a história da própria vila e que, por isso, é pilar fundamental da identidade cultural não só dos tentugalenses, mas de todos os que vivem no Baixo Mondego. Este doce encanta, não só pela especificidade do seu método de produção, mas também pela memória que se traduz nas suas finíssimas folhas de massa e no seu sabor equilibrado onde o açúcar se sente na medida certa” (CDCT, 2014, p. 30). Com efeito, da entrevista efetuada à representante da Confraria, foi apurado que a CDCT conseguiu mostrar que Tentúgal tem história, fazendo o Pastel de Tentúgal parte dessa narrativa e, ao ser considerado como IGP, afirmou-se e institucionalizou-se enquanto produto certificado. Segundo a entrevistada, o processo singular de confeição, pode vir a ser o principal motivo da visita a Tentúgal. Até a Confraria ter aparecido, como referiu também a Presidente da Confraria, “a receita do pastel não se mostrava”, e, atualmente as pessoas que fazem a visita Tentúgal e ao processo de produção do pastel, levam “10 séculos de história na bagagem” e as que repetem a visita, fazem-no sobretudo para tornar a ver a confeição do pastel. Ainda segundo a entrevistada, a Confraria não investe num trabalho de angariação de turistas, porque se o fizesse “tínhamos sempre casa cheia”, considerando Tentúgal um verdadeiro caso de sucesso no que diz respeito ao Turismo de Culinária, pois conseguiu aliar o património doceiro a toda a história envolvente. De referir que a CDCT quer, e tenta estabelecer parcerias com outros concelhos, sendo, no entanto, “uma tarefa árdua”, segunda a mesma.

Relativamente à ERTC, constatou-se que detém uma preocupação em traçar circuitos que envolvam a visita a Tentúgal, mas só o faz quando é solicitada para esse efeito. Nestes circuitos a degustação do Pastel de Tentúgal é obrigatória. Para a ERTC, a divulgação do Pastel é uma constante, não havendo nenhum evento da referida entidade que não envolva a iguaria.

Para a ERTC, a CDCT soube aproveitar os elementos diferenciadores do território, os quais estão intimamente ligados à história da vila e ao Pastel de Tentúgal. Conseguiu envolver a população, sobretudo as mulheres da vila e fez renascer práticas, usos e costumes, que tinham sido esquecidos. De acordo com a representante da ERTC, é muito importante, poder traçar e propor um roteiro turístico que inclua Tentúgal, pois para além de se poder mostrar o património material da vila, é sempre possível “haver uma degustação com o melhor pastel, fresco, feito na hora”. Trata-se de uma mais-valia para a Turismo do Centro, ajudando Tentúgal a estruturar o produto turístico como um todo, porque “tem um produto que nos serve de âncora”, afirmou a entrevistada.

Para finalizar, verificou-se pela análise dos inquéritos por entrevista, que poderia haver mais intervenção por parte da ERTC em relação ao desenvolvimento da atividade turística em

Tentúgal. Da relação entre a ERTC e a CDCT ficou comprovado que a mesma é meramente institucional, carecendo de mais comunicação entre as duas organizações. De salientar, que se constatou, ainda, a necessidade, de ambas as instituições, fazerem o registo dos participantes e visitantes na sua deslocação a Tentúgal.

### Proposta de intervenção

A dificuldade em conseguir obter parcerias e trabalhar em rede transmitida pela representante da CDCT foi o mote que levou à proposta de intervenção que se apresenta. Da investigação efetuada, foi possível perceber um envolvimento pouco evidente das entidades regionais e municipais competentes, nomeadamente da ERCT e da Câmara Municipal de Montemor-o-Velho no que respeita à criação de itinerários que possibilitem a visita organizada à vila de Tentúgal.

Conforme refere Queirós (2014),

“[...] os pequenos municípios que concorrem entre si pela primazia dos fluxos turísticos e que não têm escala de competição e as entidades regionais de turismo assentes na promoção baseada na diferenciação administrativa municipal, podem ganhar essa escala de competição através da constituição de ‘unidades territoriais de turismo ambiental’ (turismo cultural e de natureza), organizadas como circuitos (intermunicipais e transmunicipais) integradores de todo o património, oferecido sob a forma de grandes rotas que integram os diversos circuitos, com itinerários e percursos que atravessam sucessivas vezes o seu concelho, atraindo os turistas pelos valores do património material e imaterial e transformando excursionistas em turistas”. (p.109)

Desta forma, a proposta de melhoria apresentada consistiu na elaboração de um plano que passa pela estruturação de uma rede de parcerias dinâmicas e interativas que promovam o Turismo Gastronómico/de Culinária nos concelhos do Baixo Mondego que integram a Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego (ADELO)<sup>1</sup>. Assim, espera-se o envolvimento, nessas parcerias, desta associação de desenvolvimento local, das confrarias existentes nesses concelhos, bem como das empresas de animação turística dos referidos concelhos que possuem alvará consentâneo e que se dedicam à prática de *touring* paisagístico e cultural. Se, por um lado, um dos objetivos da ADELO é atuar contra o fraco aproveitamento dos recursos turísticos locais (ADELO, 2016), por outro, as confrarias esforçam-se por “dar a conhecer o imenso património gastronómico” (Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas, 2013, p. 27), sendo que o operador turístico “facilita e ajusta as relações entre a oferta e a procura, contribuindo de forma complementar para o desenvolvimento turístico” (Abranja, Alcântara, Braga, Marques, & Nunes, 2012, p. 36).

A proposta apresentada foi designada “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária da Bairrada e do Baixo Mondego”, conforme podemos ver na Figura 2.

---

<sup>1</sup> A Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego foi criada em 9 de Junho de 1994, sendo o seu território abrangido pelos concelhos de Cantanhede, Mealhada, Mira, Montemor-o-Velho, Penacova e Vagos, que corresponde à sua zona de intervenção (ADELO, 2016). No entanto, dependendo das políticas de apoio e quadros comunitários existentes, esta associação reorganiza-se, ao longo dos tempos, e intervém em outras áreas geográficas: neste momento, a sua zona de intervenção estendeu-se também ao concelho de Figueira da Foz, tendo ficado o concelho de Vagos mais afastado da sua área de intervenção, uma vez que ficou sob a alçada das políticas e apoios estipulados para a Região de Aveiro (ADELO, 2017).



**Figura 2.** Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária da Bairrada e do Baixo Mondego.

A expressão “Roda do Turismo” tem implícita a ideia de movimento contínuo entre as diferentes entidades implicadas, o que neste tipo de turismo é fundamental. A disponibilização e troca de serviços, a partilha de informação relevante, a comunicação organizacional transversal intermunicípios e entidades envolvidas só trará vantagens para todos os agentes de desenvolvimento, se se criar uma rede consistente ao nível do Turismo de Culinária/Gastronómico. Nesta deverão estar representados os seis municípios implicados na proposta e que compunham a ADELO, à época do estudo: Cantanhede, Mealhada, Mira, Montemor-o-Velho, Penacova e Vagos. Nestes concelhos existem oito confrarias associadas à Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas (FPCG), as quais deverão estar representadas na “Roda do Turismo” proposta. A saber: no concelho de Cantanhede, a Confraria do Bolo de Anã e a Confraria dos Aromas e Sabores Gandareses; no concelho da Mealhada e região da Bairrada, a Confraria do Leitão da Bairrada e a Confraria dos Rojões da Bairrada com Grelo e Batata à Racha; no concelho de Mira, a Confraria dos Nabos e Companhia; no concelho de Montemor-o-Velho, a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal; no concelho de Penacova, a Confraria da Lampreia e por fim, no concelho de Vagos, a Confraria das Sainhas e a Confraria dos Sabores da Abóbora. Na Figura 2, apresentam-se ainda as sete Empresas de Animação Turística (EAT) que foram identificadas na área territorial e incluídas na proposta, de acordo com o Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (Turismo de Portugal, 2016b): duas no concelho de Cantanhede (EAT 237/2016 e EAT 590/2016), uma no concelho de Mealhada (EAT 470/2015), uma no concelho de Montemor-o-Velho (EAT 570/2015),

duas no concelho de Penacova (EAT 212/2013 e EAT 213/2015) e uma no concelho de Vagos (EAT 28/2015).

Será desejável que este *networking* tenha um efeito multiplicador ao nível do turismo e que esta “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária” seja replicada noutros concelhos, pois pretende-se que a mesma seja adaptável e dinâmica. Por exemplo, neste momento a ADELO alterou a sua estratégia de intervenção e incluiu o concelho da Figueira da Foz, conforme foi possível apurar (ADELO, 2017). Poderemos assim, acrescentar a Confraria Gastronómica do Arroz e do Mar, com sede na Figueira da Foz e as duas empresas de animação turística existentes nesse concelho (EAT 552/2015 e EAT 1014/2016), sem esquecer o património que o mesmo possui e pode disponibilizar.

Para Carvalho, Baptista e Costa (2010) “as associações sem fins lucrativos estabelecem um grande *networking* entre si, mas são colocadas um pouco à margem em relação às restantes entidades” (p.36). Contudo, segundo os autores, “as redes de negócios podem desempenhar um papel de grande relevância no que concerne o desenvolvimento económico e aumento da competitividade de locais e regiões face à globalização, pois permitem a construção de marcas mais fortes, a troca de conhecimentos ou o auscultar das opiniões de *stakeholders* tradicionalmente menosprezados no processo de tomada de decisão (Carvalho et al. p. 37-38).”

Face ao exposto, foram traçados no âmbito da “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária da Bairrada e do Baixo Mondego”, os seguintes “Itinerários Intermunicipais Integrados” constantes da Tabela 1.

Os itinerários foram pensados tendo em vista em primeiro lugar, as “experiências gastronómicas”, aliando o turismo às referidas experiências. Ou seja, as propostas indicadas podem durar meio-dia, um dia inteiro ou conjugar vários itinerários de forma a se poder pernoitar na região. Esta permanência poderá constituir uma forma de transformar os “excursionistas” em “turistas”, situação que se impõe nos concelhos que incluímos na proposta. Com efeito, nas freguesias que integram os concelhos que fazem parte da ADELO, as pessoas deslocam-se ao local, como Tentúgal o evidencia, apenas para degustar as suas iguarias ou visitar determinados espaços, não pernoitando na localidade.

Cada visita planeada deverá ter a duração de 3 a 4 horas, aproximadamente e culminará sempre com a degustação da gastronomia/doçaria do itinerário escolhido, com a orientação das Confrarias da região. Foi elaborada a matriz de “Itinerários Intermunicipais Integrados” (III’s) constante da Tabela 1, tendo em vista a planificação de visitas pelos agentes de animação turística. Conforme a escolha da duração do itinerário, será planeada a viagem, que se pretende que tenha o carácter de uma Visita Guiada intermunicipal. As viagens iniciam-se nos postos de turismo dos municípios intervenientes e terminam no posto que a iniciou. Para finalizar, foram dados exemplos de itinerários, conforme a Tabela 2, concebidos a partir da conjugação de algumas das propostas de visita evidenciadas na Tabela 1.

**Tabela 1.** Itinerários Intermunicipais Integrados (III's).

Itinerário Integrado	Tentúgal	Montemor-o-Velho	Cantanhede e Ançã	Mira	Vagos e Sosa	Mealhada	Penacova
Proposta de visita	Rota do Património  Processo de Confeição do PT	Roteiro Medieval	Praias e lagoas  Moinhos de água (Ançã)  Piscina natural de Ançã	Praias e Lagoa Moinhos de Água	Praias, Dunas e Ria	Mata e Convento do Buçaco  Termas do Luso	Mosteiro do Lorvão  Escarpas do Mondego e mirantes  Praia Fluvial do Reconquinho
Experiências gastronómicas	Pastel de Tentúgal e restante doçaria conventual	Arroz de cabidela, de lampreia (produto sazonal), sarrabulho e papas laberças	Aromas e Sabores Gandareses: sardinhas assadas na telha, caldeirada de peixe, raia de pitau, robalo ao sal.  Bolo de Ançã  Enoturismo	Gastronomia Gandaresa  Grelhos de nabo (produto sazonal)	Sainhas  Sabores de abóbora: papas, doce, licor, etc.	Leitão da Bairrada  Rojões da Bairrada  Enoturismo	Lampreia (produto sazonal)  Doçaria Conventual
Duração aproximada	3 horas	3 horas	4 horas	3 horas	4 horas	4 horas	4 horas
Capacidade de Alojamento	Na sede do concelho	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM

**Tabela 2.** Construção de itinerários.

Meio-dia	Um dia	Dois dias
Tentúgal: Rota do Património Processo de Confeição do PT <b>Degustação</b> <b>Fim da visita</b>	<b>Manhã*</b> Mata e Convento do Buçaco Termas do Luso <b>Almoço no concelho de Mealhada</b>	<b>1º dia</b> <b>Manhã*</b> Mata e Convento do Buçaco Termas do Luso <b>Almoço no concelho de Mealhada</b>
	<b>Tarde</b> Tentúgal Rota do Património Processo de Confeição do PT <b>Degustação</b> <b>Fim da visita</b>	<b>Tarde</b> Tentúgal Rota do Património Processo de Confeição do PT <b>Degustação</b> <b>Alojamento e jantar em Montemor-o-Velho</b>
		<b>2ª Dia</b> <b>Manhã</b> Roteiro Medieval <b>Almoço no concelho de Cantanhede</b>
		<b>Tarde**</b> Praia e lagoas de Cantanhede Moinhos de água (Ançã) Piscina natural de Ançã <b>Fim da visita</b>

\*Pode ser substituído pela visita a Penacova

\*\* Pode ser substituído pela visita a Mira ou Vagos



Na realidade, exige-se um intercâmbio de esforços entre as várias entidades envolvidas de forma a tornar possível a construção de itinerários integrados entre diferentes municípios. De realçar que estes itinerários incluirão sempre a degustação da gastronomia local, incluindo-se a esse nível a doçaria e os vinhos da região.

### Conclusões

Carvalho (2015) refere que “Portugal é uma nação gastronomicamente abençoada. A diversidade é imensa. Somos igualmente abençoados por vivermos numa época em que os sabores tradicionais da nossa cozinha estão acessíveis em qualquer momento do ano e a poucos minutos ou horas de viagem” (pp.11-12). Na realidade, é esta riqueza patrimonial existente em Portugal referida por Carvalho (2015), que faz com que cada região seja uma atração turística em termos de Turismo Gastronómico ou de Culinária.

De acordo com Costa (s.d.), “*El turismo surge como vidriera para mostrar a los turistas lugares y culturas diferentes, así como las producciones culinarias y bebidas de distintos terroirs. Pensar en alimentos y bebidas como instrumento diplomático es comprender la importancia de la cultura gastronómica como un poderoso aliado en las relaciones internacionales, y el turismo es la actividad perfecta para facilitar el intercambio cultural incluso con la ayuda de la gastronomía*” (p. 29).

Tal como Costa defende (s.d.), é expectável que a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal, bem como as outras cerca de oitenta confrarias portuguesas, continuem o seu trabalho voluntário de excelência, cujo objetivo primordial é dar conhecer o seu património material e imaterial, com as suas produções culinárias, deixando a sua marca nas economias e comunidades locais, facilitando o intercâmbio cultural, sendo possível a qualquer pessoa intervir nas mesmas e colaborar.

Concluimos que Tentúgal está no caminho certo, em termos de Turismo de Culinária, pois tem um produto estratégico, o Pastel de Tentúgal, o qual, só por si é capaz de dar resposta às motivações turísticas, de uma forma sustentável e integrada, baseado num conjunto de fatores, como a autenticidade, a unicidade, a personalização, a inovação e sustentabilidade.

As motivações turísticas devem agora ser o motivo principal dos que têm a responsabilidade de gerir os destinos turísticos e o que importa é fazer da nossa gastronomia um produto principal e não ser apenas um produto complementar das nossas políticas de turismo. Esta é uma realidade emergente, sendo que as estratégias de planeamento e de *marketing* deverão cada vez mais pensar e incidir sobre a gastronomia.

Espera-se que a “Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária” seja multiplicada e adaptada aos diferentes municípios existentes em Portugal. A sua aplicação pode ser uma forma de agilizar as relações entre os vários intervenientes, de divulgar o património local e, conseqüentemente, de dinamizar a atividade turística, na qual se quer que a Gastronomia e os alimentos com história sejam uma motivação primária das viagens. Para o efeito, é fundamental que os Municípios, as Confrarias Gastronómicas e as Empresas de Animação Turística, todos em cooperação, invistam na sua divulgação.

### Referências bibliográficas

- Abranja, N., Alcântara, A., Braga, C., Marques, A., & Nunes, R. (2012). *Gestão de Agências de Viagens e Turismo*. Lisboa: Lidel, Edições Técnicas.
- Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego. (2016). *Território Abrangido*. Disponível em [http://www.adelo.pt/abordagem\\_leader/index.php?action=getAll&categoria\\_id=4](http://www.adelo.pt/abordagem_leader/index.php?action=getAll&categoria_id=4).
- Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego. (2017). *Território de Intervenção do Programa de Desenvolvimento Local de Base Comunitária (DLBC)/Rural Leader ADELO*. Disponível em [http://www.adelo.pt/dlbc\\_rural/index.php?action=getDetalhe&id=2](http://www.adelo.pt/dlbc_rural/index.php?action=getDetalhe&id=2).
- Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia. (2014). *Manual Prático de Turismo de Culinária*. Vila Real: APTECE.
- Câmara, F. (2015). *Viver Portugal com o Mediterrâneo à mesa*. Lisboa: Clube do Colecionador dos Correios.
- Carvalho, N. (2015). *Viagens pelas Receitas de Portugal*. Évora: Caminho das Palavras.
- Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal. (2014). *Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal*. [Documento interno da Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal].
- Costa, A. (2014). *Alimentação Património Cultural Imaterial- Saber valorizar e preservar a nossa gastronomia*. Lisboa: Chiado Editora.
- Costa, E. (2017). El sabor de la influencia- La gastrodiplomacia y las indicaciones geográficas como instrumentos para promover la diplomacia cultural y el turismo. In J. A. Norrild (Coord.). *Gastronomía y Turismo- Destinos con sal y pimienta* (pp. 29-51). Buenos Aires: CIET- Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Cunha, S. (2016). *O Pastel de Tentúgal e a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal: contributos para o estudo do Turismo de Culinária em Portugal*. (Dissertação de mestrado não publicada). Coimbra: Escola Superior de Educação de Coimbra.
- Dicionário da Língua Portuguesa. (2013). Porto: Porto Editora.
- Dutra, R.. (2012). Maneiras de fazer, modos de proceder: a tradição reinventada do Pão Canela na Serra da Mantiqueira, Minas Gerais. *Horizontes Antropológicos*, 38, 237-253.
- Espírito Santo, A., & Cravidão, F. (2010). A Gastronomia como expressão do património cultural imaterial luso-amazónico: das heranças históricas ao cenário pós-moderno. In N. Santos & F. Cravidão (Org.). *Gastronomia e Vinhos - Do turismo de experiência à experiência pelo turismo* (pp. 59-74). Coimbra: Cegot-Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território/ Edições Minerva Coimbra.
- Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas. (2013). A Casa das Confrarias Portuguesas. *Revista Nona Arte*, 27, 27-41.
- Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas. (2017). Disponível em <https://www.diadagastronomia.pt/o-dia>.
- Fortin, M., Côté, J., & Fillion, F. (2009). *Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação*. Loures: Lusodidacta.
- Gimenes, M., Brea, J., & Gândara, J. (2012). Comidas inolvidables: la construcción de una metodología par analizar las experiencias de comer fuera de casa. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 802-824.
- Gomes, V. (2010). *Transmontanices - Causas de Comer*. Lisboa: Edições do Gosto
- Guerra, I. (2006). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo - Sentidos e formas de uso*. Cascais: Princípia.
- Hill, M., & Hill, A. (2012). *Investigação por questionário* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

- Maroco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics* (5ª ed.). Pero Pinheiro: Report-number.
- Marujo, N. (2015). *Turismo, Turistas e Eventos: da teoria à prática*. Castelo Branco: RVJ-Editores.
- Ministério da Economia e Emprego. (s.d.). *Plano Estratégico Nacional do Turismo- PENT, Horizonte 2013-2015*. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documentos/PENT%202012.pdf>.
- Modesto, M. (2014). *Sabores com Histórias*. Alfragide: Oficina do Livro.
- Moreira, C. (2007). *Teorias e práticas de investigação*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Queirós, A. (2014). Turismo cultural e economia do património. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22, 107-117.
- Queiroz, J. (2014). *Dieta Mediterrânica- Uma Herança milenar para a humanidade*. Lisboa: Althum.com.
- Santos, N., & Cravidão, F. (2015). *Gastronomia e Vinhos - Do turismo de experiência à experiência pelo turismo*. Coimbra: Cegot-Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território/ Edições Minerva Coimbra.
- Schlüter, R. (2015). “La Gastronomía y las Nuevas Formas de Turismo- De la tradición a la innovación”. In N. Santos & F. Cravidão (Org.). *Gastronomia e Vinhos- Do turismo de experiência à experiência pelo turismo* (pp. 13-27). Coimbra: Cegot-Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território/ Edições Minerva Coimbra.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Pesquisa Qualitativa- Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamental* (2ª ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Turismo de Portugal. (2008). *Plano Estratégico Nacional de Turismo*. Disponível em <http://www.bing.com/search?q=pent&src=IE-TopResult&FORM=IE11TR&conversationid=>
- Turismo de Portugal. (2016a). *Estratégia Turismo 2027*. Disponível em <http://estrategia.turismodeportugal.pt/lista-documentos>.
- Turismo de Portugal. (2016b). *Registo Nacional de Turismo*. Disponível em [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Pages/Servicos\\_RNT.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/Pages/Servicos_RNT.aspx).
- World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.