



Januário Jordão Azevedo De Freitas

A Doçaria e o desenvolvimento local – Dos lugares às redes.
O Património da Doçaria do médio Ave

Dissertação de Mestrado em Alimentação, Fontes e Cultura e Sociedade orientada pelo Prof. Doutor Norberto Santos,
Apresentada ao **Concelho Interdepartamental da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra**



Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

A Doçaria e o desenvolvimento local – Dos lugares às redes.

O Património da Doçaria do médio Ave

Tipo de trabalho: **Dissertação de Mestrado**

Título: **A Doçaria e o desenvolvimento local – Dos lugares às redes.**
O Património da Doçaria do médio Ave

Autor: **Januário Jordão Azevedo de Freitas**

Orientador: **Prof. Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos**

Júri Presidente: **Prof. Doutora Carmen Isabel Leal Soares**

Vogais: **Prof. Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra**
Moreira (Agente)
Prof. Doutor Norberto Nuno Pinto dos
Santos (Orientador)

Curso: **Mestrado em Alimentação: Fontes, Cultura e Sociedade**

Data da defesa: **Dia 07 de dezembro de 2021**

Classificação: **15 Valores**

Dedico esta dissertação ao meu Pai,
O meu pilar, quem sempre me deu coragem para voar
Mais longe e nunca me disse que eu não era capaz.
Obrigado, sou e serei eternamente grato.

AGRADECIMENTOS

Com o terminar de mais uma etapa importante na minha vida pessoal e acadêmica, é me dada a oportunidade de agradecer às pessoas que me apoiam diariamente, de uma forma significativa, já dito muitas vezes, mas agora imortalizadas pelo papel em forma de palavras. No entanto, não quero deixar passar esta oportunidade, para expressar algumas palavras a um círculo pequeno de pessoas que me dão força todos os dias.

Ao Professor Doutor Norberto Santos, que sempre foi o exemplo de docente que todos os alunos deveriam poder usufruir no seu percurso académico, de forma a receberam uma partilha imensa de sabedoria, simpatia e disponibilidade e apoio incondicional;

Aos municípios envolvidos neste estudo, bem como as associações culturais e recreativas, bibliotecas confrarias e unidades de restauração, que na sua maioria, foram incansáveis na prestação de informação, sempre que requerida.

Aos meus grandes amigos, sempre presentes, com os quais me sinto em família, Luís Rosas, Carlos Bernardo, Flávia Vieira, Carla Campos, Patrícia Resende obrigada por me deixarem fazer parte desta família e por me terem feito redescobrir a amizade no sentido lato. Ainda um especial obrigado a vocês, António Silva, António Gonçalves e Luís Silva, pela amizade e paciência que partilharam ao ajudarem-me na construção deste estudo; aos meus irmãos e cunhadas e sobrinhos, por me fazerem companhia quando eu mais precisei e por todos os momentos de convívio, partilha, saudade, amizade e risadas;

Á minha família, por todo o apoio, em especial aos meus pais, Joaquim de Freitas e Maria Matilde Jordão Azevedo de Freitas, que sempre apostaram em mim, que me deram as maiores armas: educação, valores e capacidade de sonhar. Obrigada pelo amor incondicional, os conselhos sábios e por me terem dado “a cana de pesca e ensinado a pescar”.

RESUMO

Dada a atual situação económica do país, tem-se verificado uma tendência aumento de qualidade e aumento da oferta do turismo nacional. Face aos constrangimentos económicos, há uma maior dificuldade na capitalização de recursos financeiros para férias internacionais, ou um tempo de lazer familiar, vendo-se obrigados a reajustar os seus hábitos turísticos. Esse ajustamento passou por escolherem ficar dentro do próprio país e usufruir do que tão bem o caracteriza: hospitalidade, clima e gastronomia.

Tendo em conta o contexto e no seguimento de uma valorização do património português, o presente trabalho de investigação irá centrar-se no património da doçaria do Médio Ave.

O trabalho é desenvolvido em torno de uma investigação exploratória que teve como objetivo caracterizar o perfil do visitante enquanto consumidor de doces conventuais e saber qual o conhecimento dos mesmos, no decorrer da Feira anual da Doçaria Conventual em Guimarães. Esta Feira denominada “Doçaria no Convento” é uma mostra anual de doces conventuais, tendo decorrido no ano de 2019 entre os dias 12 e 14 de abril, no Claustro do Antigo Convento de Santa Clara - atual Câmara Municipal de Guimarães. Esta iniciativa pretende reavivar a memória de outros tempos na área dos doces, procurando manter viva a tradição da doçaria conventual, em terras vimaranenses. O local escolhido remonta a tempos passados, onde as freiras que se dedicavam às práticas religiosas, também se dedicavam à confeção de doces.

Pretende-se com este trabalho, reavivar a tradição da doçaria conventual vimaranense, mas também dar a conhecer o que de melhor se faz em termos de doçaria conventual portuguesa. Uma vertente gastronómica carregada de história e costumes.

Relativamente à dimensão empírica da investigação, pretendeu-se apresentar uma revisão da literatura sobre o património cultural, tanto em termo material como intangíveis: gastronomia e eventos. Partiu-se de um enquadramento geral sobre o tema e área de estudo, valorizou-se o movimento confrade nacional e deu-se ênfase o marketing territorial de áreas-destino. O elemento final é uma proposta de uma rota turística, assente na gastronomia e vinho, que visa promover e desenvolver os territórios envolvidos - quer a nível geral quer a nível turístico.

Given the current economic situation of the country, there has been an increase in quality and offer of national tourism. Considering the economic restraints, there is a higher difficulty on capitalizing economic resources for international destinations or family vacation, making people adjust their tourism habits. This readjustment led people to make a decision of staying in the country and enjoy what is so characteristic: hospitality, climate and gastronomy.

Considering the context and an appreciation of Portuguese patrimony, the present research will focus on the heritage of sweets from the region of Médio Ave.

A work that was developed around an exploratory investigation that had the objective of characterizing the profile of the visitor as a consumer of convent sweets and what was their knowledge, during the annual fair dedicated to conventual sweets in Guimarães. This fair called "Doçaria no Convento" is an annual show of convent sweets, which took place in 2019 between the 12th and 14th of April, in the Cloister of the Old Convent of Santa Clara - now the Municipal Council of Guimarães. This initiative aims to revive the memory of other times in the area of sweets, trying to keep alive the tradition of conventual sweets, in Vimararian lands. The chosen place goes back to times past, where the nuns who dedicated themselves to the religious practices, also dedicated to the making of sweets.

Emphasizing the intention of this work to revive the tradition of the Vincentian conventual confectionery, but also to make known what is best done in terms of Portuguese conventual sweets. A gastronomic slope loaded with history and customs.

Regarding the empirical dimension of the research, it was intended to present a review of the literature on cultural heritage, from the perspective of what is material and immaterial: gastronomy and events. Starting from a general framework on the theme and area of study, focusing on the national confrere movement and with a special emphasis on territorial marketing of target areas.

After reviewing the chosen theme and applying the research methods, the conclusion is based on a proposal for a tourist route based on gastronomy and wine, which aims to promote and develop the territories involved - both economically and in terms of tourism.

ÍNDICE

Agradecimentos.....	4
Resumo.....	5
Abstrat.....	6
Índice -	
Introdução.....	9
1 – Património Cultural e o Turismo Gastronómico.....	12
1.1 – O Património Cultural – Conceito e sua evolução.....	12
2 – Património cultural imaterial.....	19
3 – O Património Cultural e o Turismo Gastronómico.....	22
4 - A Gastronomia e o Turismo.....	26
5 – Os Eventos Gastronómicos.....	31
6 – Eventos em rede escala.....	34
7 – A Importância da Doçaria Conventual em Portugal.....	36
8 – As Confrarias Gastronómicas.....	41
8.1 – Caraterização das Confrarias Gastronómicas em Portugal.....	41
8.2 – A Confraria Gastronómica Da Panela ao Lume: Suas origens e organização interna.....	47
9 - A Certificação e definição de um produto.....	50
10 – Os produtos Tradicionais.....	53
11 – A Valorização dos Produtos Tradicionais.....	54
12 – Os Conceitos Denominação de Origem protegida (DOP), Indicação Geográfica protegida (IGP), Especialidade Tradicional Garantida (ETG)....	56
13 – Caraterização geral da área de estudo, Território.....	59
14 – Autarquias pertencentes ao Médio Ave.....	61
15 - A Gastronomia – Os Doces Conventuais do Médio Ave.....	69

16 – Instrumentos metodológicos aplicados e tratamento dos dados recolhidos....	88
16.1 - Análise dos dados obtidos pelo inquérito por questionário.....	88
17 – Balanço do estudo e sugestão de intervenção	97
17.1 – Conclusão tendo subjacente o estudo.....	98
17.2 – Proposta de intervenção.....	99
18 – Considerações finais e limitações inerentes ao estudo.....	102
BIBLIOGRAFIA.....	105
ENDEREÇOS WEB / LIVROS ELETRÓNICOS.....	112
ÍNDICE DAS FIGURAS.....	116
ÍNDICE DOS QUADROS.....	116
ÍNDICE DOS MAPAS.....	117
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	117

1. Introdução

O presente trabalho começa por uma breve reflexão. Olhando para a realidade da sociedade portuguesa que tem vindo a assistir a uma valorização dos tempos de lazer, claramente reafirmados assim que as situações de crise são mitigadas. Em Portugal a maior aposta no turismo resulta de uma maior procura, tanto interna como internacional, motivada pelo incremento da qualidade e da quantidade da oferta, suporta por estratégias territoriais que permitem valorizar os recursos locais, a autenticidade e singularidade.

O processo de descoberta, cada vez mais presente no novo turista, encontra na gastronomia e nos patrimónios alimentares a possibilidade de perceber, a todo o tempo e em todos os lugares, como os lugares são sinonimo de identidade, de qualidade, de hospitalidade e de novas experiências e emoções.

Partindo da importância e força de um produto estratégico de turismo gastronómico para a promoção turística, este estudo debruça-se sobre a região do Médio Ave, no Norte de Portugal. Esta opção surge associada à proximidade espacial e psicológica do investigador a este território. Assim, no centro do presente trabalho de investigação está o evento anual, “Doçaria no Convento”. Um momento pensado para a divulgação e promoção de doces conventuais, em pleno Claustro do Antigo Convento de Santa Clara - atuais instalações da Câmara Municipal de Guimarães. Esta iniciativa visa, reavivar e, com certeza, restituir, as tradições das gentes e terras vimaranenses.

Os municípios em análise, definidos, pela sua contiguidade e importância as tradições doceiras são os de” Felgueiras, Fafe, Santo Tirso, Guimarães, Vizela e Braga”. São municípios que apresentam paisagens carregadas de história e significado patrimonial, expressão de sentimentos que implicam acima de tudo orgulho nas raízes dos que aqui nascem e aqui vivem. Como é óbvio, a interpretação a dar a todos os elementos patrimoniais será a de funcionalidade e evolução, porque qualquer herança integra aprendizagem e adequação¹.

¹Fonte: (http://www.portoenorte.pt/fotos/guias/festas_e_romarias_norte_de_portugal_).

Assim, tem sido aposta de os municípios em análise dar à gastronomia um lugar de destaque durante a realização de eventos. Estes acabam por promover fluxos turísticos e fortalecer a imagem e o posicionamento territorial, através da valorização dos seus produtos endógenos. Os eventos gastronómicos com o apoio essencial das autarquias, das associações culturais e das confrarias acabam por ser muito representativos para a atração turística. Estes eventos, habitualmente, tomam lugar durante os fim-de-semanas, permitindo uma captação de interessados mais alargada. Considerando os resultados atingidos, estes eventos podem ser prolongados - divulgando cultura e riqueza gastronómica. Assim no âmbito desta dissertação tentar-se-á perceber como a evolução do património cultural integra o património gastronómico, através da atuação das mais diversas instituições e das vontades e muitos, consumidores, produtores, habitantes e visitantes. Na verdade, trata-se da valorização turística dos territórios, sendo que esta é uma mais-valia que pode contribuir para a revitalização socioeconómica dos territórios locais.

Esta estratégia de inclusão da gastronomia, enquanto recurso de referência, é impulsionadora da qualidade de vida das populações locais, resultando, essencialmente, em processos de coesão, inclusão e identidade. Assim, o presente trabalho de investigação irá explorar os Doces Conventuais e eventos que em torno dos mesmos ocorram nos concelhos de Braga, Santo Tirso, Vizela, Felgueiras, Guimarães e Fafe. Refletindo sobre os seus efeitos no desenvolvimento económico, social e ambiental nos concelhos e assumindo os seguintes projetos: Promover o Turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal um dos destinos mais competitivos e sustentáveis do mundo, segundo a revisão do Plano Estratégico de Turismo 2027;

Atuando em cinco eixos: valorizar o território, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar rede e conetividade, Projetar Portugal.

Analisar os produtos turísticos em espaços rurais, e a dinamização de ofertas articuladas nos territórios.

Promover uma análise à Federação Portuguesa de Confrarias Gastronómicas e respetivas vertente gastronómica e cultural, no sentido de avaliar a evolução da gastronomia nacional. Verificar o perfil do turista consumidor de doces conventuais; Proposta para a criação da Rota dos Doces Conventuais na área em estudo.

A Gastronomia² e Vinhos, como oferta Turística Nacional, tem vindo a crescer como complemento importante nos produtos Turísticos, não sendo, todavia, uma motivação predominante da viagem, se bem que, a Gastronomia e Vinhos se revelem como grande elemento atrativo para visitantes. Isto é especialmente relevante quando se associam os produtos “Terroir”, oferecendo, par além do sabor, do aroma e da harmonização, um valor cultural, um storytelling resultante das relações entre económico, o político e simbólico de um local ou região.

Um produto “terroir” como diz Brunet et al. (1993), é aquele que não poderá ser produzido noutra lugar que não naquele. (Santos N. e Gama A. 2011: 273-275).

Não é, pois, de estranhar que os turistas que nos visitam demonstram uma grande satisfação, confirmando-se que a Gastronomia e Vinhos é um dos mais fortes produtos de valorização do destino para Portugal. (Turismo 2020)

De acordo com AAKER e DAY (1995), a revisão bibliográfica assume um papel essencial em estudos exploratórios uma vez que a investigação parte e baseia-se em estudos realizados anteriormente. Este é o fio condutor para novas descobertas, de acordo com Pizam. Na ótica (AAKER e DAY), a revisão da literatura pode desempenhar um papel importante até na operacionalização e exploração de conceitos, indicando o caminho metodológico. Por isso mesmo, as metodologias utilizadas para este trabalho apostaram na diversidade, visando enriquecer o mesmo. Como tal, estabeleceu-se como prioritário encontrar a informação necessária, recorrendo assim a uma pesquisa bibliográfica *online*, bem como informação reunida em notícias e eventos realizados nos concelhos em estudo. Esta recolha verificou-se ser a mais completa e estruturada considerando a especificidade do tema.

²Fonte: – Norberto Santos e Fernanda Gravidão “Gastronomia e Vinhos” (2015).
https://www.researchgate.net/publication/322582103_Gastronomia_e_vinhos_um_produto_sempre_novo_com_raizes_nas_tradicoes_da_cultura_da_populacao_portuguesa.

Após a pesquisa de informação, foram aplicados inquéritos em eventos e foram realizadas reuniões com alguns responsáveis pelas autarquias. A presença nos eventos assegurou a captação de dados qualitativos e quantitativos para fundamentar o perfil do turista apreciador de doces conventuais. Nesta dissertação as metas e objetivos definidos permitiram criar um caminho estratégico para um planeamento turístico sustentável, integrando a Rota dos Doces Conventuais.

Ressalvam-se alguns constrangimentos no decurso do presente trabalho que se prenderam com as obrigações profissionais e com o acesso a dados bem como a realização de entrevistas - pese embora os vários contactos para o conseguir.

1 - O Património Cultural e o Turismo Gastronómico

Neste capítulo destacaremos a relação entre património, identidade e turismo.

Igualmente, serão aprofundados os conhecimentos sobre o Turismo Gastronómico, dando -se a este nível, particular atenção ao nicho do Turismo de Culinária.

Assim a revisão da literatura, neste capítulo, vai incidir sobre a temática do património cultural como recurso turístico, e sobre a sua importância quando o mesmo se particulariza, pela sua autenticidade, em património imaterial. Faremos uma caracterização dos turismos de nicho e tentaremos fazer a distinção entre Turismo Gastronómico e Turismo Culinária. Por fim, focaremos a relevância do Património Gastronómico e da Doçaria Conventual, no âmbito das disposições legais e da política do Turismo em Portugal, sendo também feita a apresentação das confrarias gastronómicas no nosso país e europeias.

1.1. Património Cultural - Conceito e sua evolução

O que se entende por património? De acordo com CARVALHO (2008-b: p.175), pode-se entender o património como o (...) conjunto de valores, estrutura e mediação entre o passado e o presente, (...) a matriz de explicitação das linguagens de estruturação dos territórios e paisagens (...) assume hoje força de quadro estruturante privilegiado de reflexão conceitual no âmbito da temática do desenvolvimento (...).”

Neste enquadramento salientam-se as diversas funções do património cultural, tal como a vertente formativa, social e económica, não deixando de considerar o entendimento de património como um legado e conciliando a memória e imagem de marca para as gerações vindouras e para os que percorrerem o território. Salienta-se, ainda, a dificuldade em olhar-se para o património, sem atentar ao território de onde provém a mesmo.

As diversas abordagens teóricas permitem ampliar os significados do que se pode entender como património. Assim entende-se o património, como um universo amplo e complexo, permanentemente presente no nosso quotidiano. O Património cultural é indissociável da realidade socioeconómica requerendo conhecimento, proteção e valorização, dentro do contexto local, sendo uma forma de revelar e definir uma identidade e memória num determinado território. Considerando que as abordagens académicas assumem uma vertente mais holística, sente-se a necessidade de aplicar as mesmas a ambientes mais específicos e direcionados para a população local. De acordo com WARMIER (2017) (MOREIRA 2006) a perceção do antigo e da história não é tida em conta nos fatores de evolução de uma determinada localidade, mas sim como um objeto que, mediante a sua importância e políticas aplicadas, são investigados e salvaguardados. Em suma, o reconhecimento do património levou à sua importância global para a vida das sociedades uma vez que se resume ao que foi referido anteriormente - pertença e identidade.

Neste seguimento, RODRIGUES (2012) refere que o património estabelece inúmeras e variadas relações com a identidade. Senão atente-se à ressalva dos autores CHOAY (1992), SCHIELE (2002) e PERALTA e ANICO (2006) que entendem que por ser um atributo coletivo, o património é um elemento fundamental da construção da identidade social/cultural e, simultaneamente, constitui a própria materialização da identidade de um grupo/sociedade.

Ao aproximar diferentes grupos étnicos, culturas e religiões, Huntington (1996) entende que a globalização provoca um «choque» de culturas. No que se refere à construção identitária em escala global, CASTELLS (2010) refere que a migração transnacional produz, no contexto dos já complexos mosaicos étnicos-culturais-religiosos, não só múltiplas identidades, mas principalmente «contested identities».

Para LOIZOS & PAPATAXIARCHIS, (1991) «contested identities» ou «identidades contestadas», deverão ser entendidas como identidades negociadas, reivindicadas, indefinidas, fluídas, em processo constante de construção e afirmação.

Claro que ao abordar-se conceitos como património, globalização, identidade e território é necessário, como salienta PAIVA (2000, p.1 e 2): “(...) situar o local (nacional ou regional) no contexto mundializado porque, apesar de todas as tendências de homogeneização, fervilham hoje diversidades e diferenças, caracterizando distintamente sociedades e culturas no novo sistema mundial”. Onde para MORAIS (CHOAY 2008, p. 17 e 18) “o ser humano distingue-se por tocar pela emoção uma memória viva”. Uma memória que, tal como as coisas e os homens permanece no mundo transformada em legado e em património herdado (tanto material, como imaterial) (BALLART, (2002). Estas memórias vão traçando um caminho que é acumulado no tempo - afirmando e confirmando o património de cada comunidade.

As práticas e os espaços de Recreio e Sociabilização suscitam, entre as atividades de lazer, a maior diversidade de lugares de práticas e equipamentos. O Recreio e a Sociabilização, entendidos como modos de lazer, são também formas de consumo e ainda, claramente, formas de identidade social “características dos homens como seres sociais” (JENKINS, 1996, p.3) já que, sem identidade social, não existe, de facto, sociedade.

Segundo Campillo Garrigós (cit. in Rodrigues 2012) a identidade representa um processo de identificações historicamente apropriadas que conferem sentido ao grupo. Para CRUZ (1993) trata-se da implicação de um sentimento de pertença a um determinado grupo étnico, cultural, religioso, de acordo com a perceção da diferença e da semelhança entre «ego» e o «alter», entre «nós» e os «outros».

A construção da identidade, seja individual ou social, não é estável e unificada – é mutável, (re) inventada, transitória e, às vezes, provisória, subjetiva. A identidade é (re) negociada e vai-se transformando, (re) construindo ao longo do tempo. Para LUÍS (2012) os traços identitários de um povo encontram-se inscritos na sua cultura e no singular património reunido ao longo da sua existência o que ajuda a definir a personalidade de uma coletividade, estado ou nação.

No entendimento de GOMES (2012), baseado em CHOAY (1992), à medida que a noção de património se amplia, a categoria monumento enfraquece; à medida que o presente rapidamente deve se tornar passado, o património não só se torna musealizável, mas torna-se, igualmente, passível de comercialização.

Assim, percebe-se que a identidade é marcada por símbolos, o que explica o sucesso das identidades nacionais serem tão bem construídas, já que ela se firma sobre uma variedade simbólica, onde “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas, transformadas no interior da representação” (cit. in Hall, 1999, p.48). Atualmente, podemos vivenciar o processo de (re) construção das identidades individuais e coletivas principalmente atendendo ao contexto social em que vivemos. Por isso BAUMAN (2004) refere que as identidades são cada vez mais fluídas, em consequência do constante desafio gerado pela procura de equilíbrio entre os binómios local/global, singular/plural, universal/diverso. Com a vantagem de alertar para uma realidade básica, o ser humano é sempre, acima de tudo, um herdeiro. Para Eiterer & Barreto (2012) a identidade constrói-se a partir do conhecimento das formas segundo as quais os grupos sociais se organizaram no passado e como se comportam diante das situações do presente. E assim MENDES (2012, p.13) entende que “combinando as expressões portuguesas e inglesa, podemos, com propriedade, afirmar que todos somos herdeiros e que o património cultural é a nossa herança cultural”.

Na perspetiva de RODRIGUES (2012), o património cultural supõe um conjunto de bens, materiais e imateriais, que se considera serem de interesse coletivo, suficientemente relevantes para a sua perpetuação no tempo.

O património faz recordar o passado, sendo uma manifestação, um testemunho, uma invocação, ou melhor, uma convocação do passado. Tem, portanto, a função de relembrar os acontecimentos mais importantes e daí a relação com o conceito de memória social. Esta memória social, para MARTINS (2011) legitima a identidade de um grupo, recorrendo, para isso, ao património.

Trata-se da expressão de uma identidade histórica, que de acordo com RODRIGUES (2012) se traduz em património. Sendo nesta ligação entre memória, herança e identidade que para CHOAY (1992) se demonstra como o património permite manter e preservar a identidade. Fala-se do conceito de uma identidade nacional que pode ser de um grupo étnico, comunidade religiosa, tribo, clã, família (CHOAY 1992). É a herança cultural do passado, vivida no presente, que será transmitida às gerações futuras. Entenda-se, assim, património como o conjunto de símbolos sacralizados, no sentido religioso e ideológico, que um grupo, normalmente a elite política, científica, económica e religiosa, decide preservar como património coletivo. Confirmando-se uma legitimação social e política do que é (ou não) património.

Como refere MENDES (2012), o património cultural gera e fomenta uma solidariedade orgânica entre os membros do corpo social, uma coesão ou convergência mental traduzida no sentimento de pertença a uma mesma comunidade – que pode ser a comunidade de origem ou de destino. Assim acontece, porque o património cultural representa (e torna presente) a persistência desse agregado humano ao longo do tempo, permitindo-lhe resistir às mudanças e se transformar. Estabilidade e mobilidade, continuidade e variabilidade: *eadem sed aliter* - “o mesmo, mas de outra maneira”, diziam também os latinos, referência herdada à sociedade conforme a conhecemos (MENDES 2012).

O património cultural, núcleo da identidade coletiva, possibilita o reconhecimento e é ele que, de forma contrastada e caracterizada, diferencia e distingue a fisionomia física e moral, características de um lugar, uma cidade, uma região, um país – que sem ele ficam desprovidas de individualidade e autónoma personalidade, deixando de ser o que (já não) são. E eis o motivo pelo qual o património cultural, que é no presente o repositório do passado, se constitui como garantia de futuro e sobrevivência das sociedades.

De acordo com RODRIGUES (2012), é importante realçar a ideia de manipulação ideológica do que pode ser, ou não, património onde quem decide o que é relevante preservar é um determinado grupo (elite), e não o coletivo (povo) como um todo. Neste sentido, o património, para PRATTS (1997), é uma construção social, uma invenção, ou no entendimento de PERALTA (2000) uma versão apenas do que uma parte do conjunto das ações humanas, num determinado período histórico.

Neste caso, considerando a estreita relação entre os conceitos, entenda-se a identidade de um grupo/sociedade como sendo sempre um processo seletivo e fragmentado.

Segundo MENDES (2012), a locução do património cultural junta, numa unidade semântica incidível, dois elementos linguísticos – um substantivo e um adjetivo. Contudo, nem o objeto que o substantivo património nomeia nem a qualidade que o adjetivo cultural lhe confere acusam, por si, um sentido preciso e explícito; pelo contrário, ambos são difusos, quando não equívocos. Convém, portanto, examinar previamente, e em separado, cada um dos termos para alcançar a significação unitária do sintagma património cultural. Ainda na ótica do autor (MENDES 2012), o património representa a noção de teor económico e jurídico que designa um conjunto de bens, de direitos e obrigações, avaliáveis em dinheiro. Ainda que esta apreciação pecuniária não se adeque ao âmbito cultural, importa reter dois aspetos: primeiro o de valor, de riqueza, quase de tesouro; segundo, o de conjunto, um complexo cuja relevância vai para além das coisas que, consideradas individualmente, o integram. O património, em qualquer aceção, é um todo, um continente que sobreleva o variado e variável conteúdo concreto que o preenche, uma universalidade posta ao serviço de um mesmo fim. (MENDES 2012). De acordo com Vilaça (cit. in Luís, 2012), o conceito de “património” atingiu uma “aceção ampla, mesmo vaga e difusa e, por isso, não menos polémica”, “abrangendo também as «coisas menores» e até as imaterialidades”

NUNES (1993), em termos nacionais, salienta a importante evolução nesta matéria, refletida no abandono da visão mutilada do património cultural que florescia no tempo do Estado Novo e que se caracterizava por uma definição de património enquanto “sinónimo de «monumentos» (edifícios, objetos ou documentos), ou seja, de símbolos da grandeza nacional que cabia ao Estado preservar” (NUNES 1993).

Felizmente, a partir da Revolução de abril de 1974, em Portugal concretizou-se um salto qualitativo e quantitativo nesta matéria, passando a sustentar-se que o “património cultural português é constituído por todos os bens materiais e imateriais que, pelo seu reconhecido valor próprio, devam ser considerados como de interesse relevante para a permanência e identidade da cultura portuguesa através do tempo” (NUNES 1993, p.5).

Acontecimentos como a integração de Portugal na hoje denominada União Europeia, contribuíram, não só para o amadurecimento dos estudos, mas, também, para o incremento de políticas afetas à defesa e valorização do património cultural, cujo conceito, como referido anteriormente, apresenta um nítido alargamento. De resto, Martins (2009, p.47) salienta que se tem vindo até a assistir a uma aposta cada vez mais declarada na articulação entre os vários domínios que compõem a realidade “património”, designadamente o natural e o cultural. De mais a mais, “estar atento ao património cultural, e à sua importância constitui um modo de combater o esquecimento e a indiferença”. (Martins 2009, p.47).

Assim, entende-se que o investigador dedicado à história regional e local não pode, de modo algum, depreciar o valioso papel que lhe cabe assumir no âmbito da concretização de um levantamento e de um estudo. Ambicionado que estes estudos sejam exaustivos, ALARCÃO (1987) destaca o património ligado ao espaço de uma povoação, freguesia ou concelho e que por exemplo está longe de se limitar aos seus monumentos.

No entanto, qualquer pretensão de salvar a globalidade dos bens produzidos, ou simplesmente inventariados, acabará por se revelar um objetivo claramente utópico, fruto de circunstâncias como a insuficiência de meios existentes. Como tal, importa, assim, mover todo um apurado trabalho de seleção, segundo determinados critérios (o histórico, o da originalidade, o tecnológico, o funcional e o estético), das criações humanas a preservar. Claro está que o património cultural, não deve ser apenas perspetivado segundo uma conceção elitista ou erudita, pois este caminho acabaria, provavelmente, por discriminar, e até omitir, o apreciável legado de índole popular, cuja riqueza não deve ser subestimada. (Greffé 1990).

Por outro lado, Greffé (1990) alerta para que surja igualmente uma forma de reter determinados bens culturais, pela sua natureza, estrutura ou localização e que estão em condições de serem positivamente utilizados como ferramenta económica ativa ao serviço do bem-estar das populações e, porventura, da anulação ou, no mínimo, minoração de certas assimetrias regionais.

2 – O Património Cultural Imaterial

A Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (daqui em diante designada como Convenção) foi adotada a 17 de outubro de 2003, em Paris, no âmbito da 32.^a Conferência Geral da UNESCO, tendo entrado em vigor a 20 de abril de 2006, após a ratificação de trinta e quatro Estados membros. Considerando a adesão, este terá sido um processo bem-sucedido. Para MATSSURA (2004) p.4. “De certo modo, esta Convenção veio ajustar a situação que a Convenção de 1972 tinha causado, isto é, um evidente desequilíbrio geográfico de bens inscritos na lista de Património Mundial situados, sobretudo a norte, e cuja lista não sinalizava as expressões culturais localizadas mais a sul”. (MATSSURA, (2004) p.4. Mais concretamente, veio confirmar a necessidade de criação de medidas de proteção e promoção, distintas daquelas que são aplicadas para os monumentos, sítios ou paisagens culturais.

Da leitura deste documento³, podemos destacar como objetivos centrais, em primeiro lugar, a salvaguarda do Património Cultural Imaterial (PCI); o respeito e reconhecimento do património das comunidades e indivíduos; e a sensibilização relativamente à sua importância a uma escala local, regional e internacional, através da cooperação internacional. Da lista de preocupações, que justificaram o desenvolvimento deste documento, constam as ameaças a que este património está sujeito: o risco de ser ignorado; os conflitos armados; o êxodo rural; os movimentos migratórios; a sua fragilidade; a ausência de apoio; entre outras. Além dos aspetos mencionados, acrescem preocupações respeitantes à preservação da diversidade cultural. A globalização e os efeitos niveladores, por um lado, e perifерizadores, por outro, por ela induzidos na cultura, são entendidos como uma ameaça à diversidade cultural.

4“Considera-se património cultural imaterial, de acordo com a Convenção, «as práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, inculcando-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana» - (Artigo 2º). É, pois, este património cultural imaterial que a Convenção de 2003 pretende salvaguardar, prevendo, entre outras medidas, que cada Estado Parte elabore inventários desse património.”

4<https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/proteger-o-nosso-patrimonio-e-promover-a-criatividade/patrimonio-cultural-imaterial>

A Convenção de 2003 acrescenta, ainda, que o PCI pode manifestar-se em vários domínios, muito embora esta seja uma lista que não se pretende exaustiva e acabada, a saber: tradições e expressões orais (inclui a língua como vetor do PCI); artes do espetáculo; práticas sociais; rituais e eventos festivos; (Ex: Festivais Gastronómicos, Feiras Conventuais, Rotas Gastronómicas), conhecimentos e práticas relacionadas com a natureza e o universo e aptidões ligadas ao artesanato tradicional. A salvaguarda é um dos eixos centrais da ação proposta pela Convenção e compreende uma visão bastante alargada. Desde logo, a salvaguarda é definida como o conjunto de medidas que visam assegurar a viabilidade do património cultural imaterial (art.º 2 e 3).

Também a Dieta Mediterrânica⁵, inscrita na lista da Convenção em 2013 é uma referência internacional da gastronomia, da responsabilidade do Chipre, Croácia, Espanha, Grécia, Itália, Marrocos e Portugal, e por isso de grande significado para o nosso país. Em termos gastronómicos, a UNESCO promove, ainda, a rede de Cidades Criativas, em que o património gastronómico é especialmente valorizado. A Rede de Cidades Criativas da UNESCO foi criada em 2004 para promover a cooperação com e entre cidades que identificam a criatividade como fator estratégico de desenvolvimento urbano. Esta rede integra hoje, 246 cidades.

No conjunto de medidas propostas pela Convenção de 2003, incluem-se atividades de identificação, documentação, pesquisa, preservação, proteção, promoção, valorização, transmissão e essencialmente através da educação formal e não formal bem como a revitalização dos diferentes aspetos desse património – artigos 2º e 3º. Neste contexto, entende-se que a salvaguarda não se resume à preservação dos elementos do PCI em arquivos e coleções de museus.

⁵Fonte: Sítio eletrónico da UNESCO – Seventeen new elements inscribed on the of the Convention –

Sobre este aspeto, a Convenção demarca-se da Recomendação de 1989, que focava a sua atenção na preservação através da documentação, responsabilizando os investigadores e as instituições nesta tarefa.

Em termos gerais, BORTOLOTTI (2006, p.2) ressalva que “a Convenção vem dar ênfase ao papel das instituições, mas principalmente confere um papel de suporte ou de facilitador aos praticantes das tradições e à promoção da criatividade”. Contudo, e em boa verdade, esta não se afigura uma tarefa fácil. Neste seguimento, Kurin (2004) alerta que o envolvimento das comunidades poderá revelar-se complicado sob vários pontos de vista (sociológico e logístico), só podendo os obstáculos ser ultrapassados através da mediação, sensibilidade política e bom senso.

À semelhança da Convenção de 1972, esta Convenção inclui a criação de duas listas: a Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade (art.º 16) e a Lista do Património Cultural Imaterial que necessita de uma Salvaguarda Urgente (art.º 17). Estas listas pretendem, a par com a Convenção, alertar e sensibilizar para a importância da salvaguarda deste património e daqueles que o detêm e praticam, em particular as expressões culturais em risco de desaparecer.

Uma das medidas mais imperativas subjacentes às obrigações de um Estado Membro é a criação de um ou mais inventários no seu território, com o objetivo de assegurar a identificação, com vista à salvaguarda - prevista no art.º 12 da Convenção de 2003.

Assim, cada país deverá conduzir a implementação de inventários à escala nacional, com a implicação das comunidades e outras organizações pertinentes, bem como assumir um programa estratégico constituído por planos de ação que visem a salvaguarda e sensibilização do PCI.

Para o efeito, a Convenção de 2003 deixa alguma liberdade de ação no que diz respeito à criação e implementação de inventários. Por outro lado, também não dá indicações relativamente a sistemas de classificação, permitindo que cada país possa estruturar os seus inventários adaptados às suas necessidades. Não sendo obrigatórias outras medidas de salvaguarda são recomendadas aos Estados membros: a implementação de programas educativos, através de sistemas formais ou não formais de transmissão,

que em última instância, promovam o reconhecimento e importância do PCI junto das comunidades e, também, a sensibilização para as ameaças que concorrem para o seu desaparecimento.

À luz da Convenção de 2003 é possível identificar outra plataforma de entendimento para tratar o PCI. Este documento terá contribuído para a organização das prioridades neste domínio e colocou a tónica sobre uma possível direção a seguir no que concerne a um património tão complexo quanto estimulante, como é o PCI. Por tudo o que se referiu, CARVALHO (2009) salienta que a Convenção de 2003 deve ser entendida, não como um documento acabado e fechado, mas sim como o início de um percurso.

Sendo comprovadamente importante, em termos identitários e territoriais, a gastronomia assumiu-se, crescentemente, como elemento patrimonial e referencial de atratividade turística. Importa, por isso aprofundar os conhecimentos sobre o Turismo Gastronómico, dando-se a este nível, particular atenção ao nicho do Turismo de Culinária. São essas temáticas do capítulo seguinte.

3. O Património Cultural e o Turismo Gastronómico

Assim a revisão da literatura, neste capítulo, vai incidir sobre a temática do património cultural como recurso turístico, e sobre a sua importância quando o mesmo se particulariza, tornando-se capaz de valorizar a autenticidade e a identidade em termos imateriais, embora sempre com expressão física e material bem presente. Farra-se á uma caracterização dos turismos de nicho e discutir-se-ão as relações entre Turismo Gastronómico e Turismo de Culinária.

Por fim, focaremos a relevância do Património Gastronómico e da Doçaria Conventual, no âmbito das disposições legais e da política do Turismo em Portugal, sendo também feita a apresentação das Confrarias Gastronómicas no nosso país, fazendo-se ainda um paralelo entre estas e as Confrarias congéneres europeias.

Para Valbona & Costa, (2003), o Património Cultural remete para bens materiais e imateriais diversos, para elementos simbólicos que ajudam a configurar a identidade de um território, uma vez legitimados socialmente.

Como evidenciam os autores, o turismo pode potencializar a revalorização do Patrimônio Cultural, gerando-se como que um círculo vicioso: se o Turismo traz mais receitas, os recursos Patrimoniais poderão ser reabilitados e preservados, bem como as respectivas estruturas de apoio, e conseqüentemente são criadas mais condições que poderão permitir a atração de mais visitantes e assim sucessivamente (Valbona & Costa, (2003).

No processo de socialização, a cultura exerce um papel essencial porque guia os comportamentos, gostos e ações. Ribeiro e Domingos (2010) p.18 destacam que “a história de cada pessoa se forma como um contínuo de organização entre fatores internos e externos; é a riqueza da diversidade humana subordinada e controlada pela sociedade em que cada indivíduo está inserido, sendo “moldado” por um infinito turbilhão de processos civilizacionais tão distintos (...)”. Assim entenda-se a cultura como a materialização dos avanços da humanidade nas mais diversas áreas.

Para Veiga - Neto (2003) a modernidade sujeitou-se ao entendimento de que a cultura era única e universal, assumindo uma “epistemologia de monocultura”. No Dicionário de Conceitos Históricos (2005 p.324), pode ler-se que “cultura abrange todas as realizações materiais e os aspetos espirituais de um povo”. Para Silva e Silva (2009) a cultura é produzida pela humanidade seja no plano concreto ou no plano imaterial, com ideais e crenças.

Silva e Silva (2009) refere, ainda, que a cultura é como um complexo de conhecimentos e habilidade humana empregada socialmente e, diz ainda que, é todo o comportamento aprendido de modo independente da questão biológica. Na opinião de Graça Moura (2013), p.43, a cultura desempenha um papel essencial, “não como um rolo compensador e uniformizador, mas como um acréscimo de respiração em liberdade para com o outro e cada um, e que existe um quadro da diversidade cultural e linguística, que valoriza devidamente o que é próprio desta dimensão cultural, as raízes comuns do imenso tecido que se formou ao longo dos séculos em todas as áreas da cultura e cujas malhas se espelham e se respondem de modo caleidoscópico no espaço e no tempo.”

A cultura está ligada com a identidade implicando uma noção de permanência de um conjunto de traços e valores em que alguém se reconhece. E tal acontece quando tendencialmente os traços são constantes ou foram elaborados e sedimentados numa certa

relação entre si. Graça Moura (2013) refere, também, que a herança cultural é o conjunto de elementos que permitem a um determinado grupo reconhecer-se como portador de uma identidade própria e comunicar ao longo do tempo no interior do grupo pela diferença ou para fora dele. A diferenciação começa pela língua materna, pela família de pertença, pelo património material e imaterial, pelos costumes e tradições, pelos condicionamentos, adaptações e morfologias impostas pela História, pela geografia, pelo clima, religião, entre outros. A mesma autora (Graça Moura 2013) refere, ainda, que a herança cultural resulta de um longo processo de existência das sociedades implantadas no espaço e no tempo, em interação com fatores da mais variada ordem.

Sonati, et.al. (n.d.) - (2007), p.101, referem que a identidade de um povo reside, principalmente, na sua língua e na cultura alimentar. Existe uma ligação evidente entre a Gastronomia e a cultura quando refere: “um conjunto de práticas alimentares determinadas ao longo do tempo por uma sociedade, passa a identificá-la e muitas vezes, torna-se património cultural.

O ato da alimentação, mais do que biológico, envolve as formas e tecnologias de cultivo, manuseio e a coleta do alimento, a escolha, armazenamento e formas de preparo e de apresentação, constituindo assim um processo social e cultural.” (Sonati, et.al. n.d.p. 101). Desta cultura nascem os pratos típicos de cada região, que identificam e denunciam a forma de viver desse povo.

Segundo Reinhardt (2007) as comidas típicas são próprias da mesa cerimonial, pois, geralmente, são mais trabalhosas e elaboradas. Assim é considerada típica, aquela comida que é a especialidade de cada região, por ser trabalhosa e dispendiosa, um prato que não é confeccionado todos os dias, mas nas festividades que marcam os momentos importantes da vida do homem - como que obrigatórias. Os restaurantes representativos tentam recriar este tipo de comida regional de modo a responder à procura turística e às pessoas que desejam conhecer os sabores de outros lugares.

No séc. XVIII, a alimentação humana pautava-se por situações extremas entre as várias camadas sociais: dos excessos das classes abastadas e jejuns como abstinência, para Religiosos e Seculares.

Segundo Veloso (1992) esta dicotomia resultante do ditado popular “Comer como um Abade”, espelhando, assim, recordações desse tempo tão cheio de contradições.

As regiões desenvolveram uma cultura alimentar peculiar e característica onde triunfaram as formas de viver e de fazer as coisas, os produtos endógenos e a sazonalidade dos mesmos. Entenda-se a comida por isso como a “uma substância alimentar, mas é também, um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido, como também aquele que o ingere”. (Sonati et al. n.d, p.103), referem que, a partir desta diferenciação, se esclarece a estruturação conceitual das chamadas “(...) cozinhas como formas culturalmente estabelecidas, codificadas e reconhecidas de alimentar-se (...)” e “(...) uma cozinha faz parte de um sistema alimentar – ou seja, de um conjunto de elementos, produtos, técnicas, hábitos e comportamentos relativos à alimentação, e a cultura que ordena a maneira de fazer o alimento transformando-o em comida (...)”. (Sonati, et.al. n.d, p.104).

As manifestações gastronômicas, as feiras e festivais têm ganho importância como produto turístico a nível económico e como estratégia para a promoção de uma região.

Muller et. al (2010), p.47, referem que a gastronomia típica pode ser definida como: “a junção de saberes e sabores oriundos dos alimentos e bebidas e das práticas de serviços que fazem ou fizeram parte dos hábitos alimentares de uma localidade, dentro de um processo histórico-cultural de construção da mesma”.

Descreve, ainda, como “(...) um movimento que pertence a um espaço-tempo determinado e acredita-se que têm ligação com tradições e hereditariedade, ou origens de uma determinada região e das pessoas que ali habitavam.”. Malinowsky (1960) refere que a satisfação primária do ser humano, relativamente às necessidades orgânicas e básicas, pertence a um conjunto de condições impostas a cada cultura onde o comportamento é parte integrante do ambiente existente numa comunidade ou num grupo. Este autor (1960, p.36) refere,

ainda, que “esse ambiente não é mais nem menos que a própria cultura, e que estes hábitos têm que ser reproduzidos permanentemente, mantidos e gerenciados, criando assim um padrão de cultura”.

A tradição cultural é transmitida naturalmente de geração em geração, independentemente das novas necessidades que vão aparecendo nos seios dessas sociedades e são o principal canal transmissor de tradições culturais, métodos e mecanismos de ordem educacional que são no seu todo geridos pelo costume, ética e leis. Segundo Eagleton (2000), p.13, a cultura descreve uma transição histórica que acompanha o homem desde o seu aparecimento, afirmando “Se cultura significa a procura ativa de crescimento natural, a palavra sugere, então, uma dialética entre o artificial e o natural, aquilo que fazemos ao mundo e aquilo que o mundo nos faz.” E diz ainda que:”. Num único termo, os contornos de questões como liberdade e determinismo, atividade e resistência, mudança e identidade, o que é dado e o que é criado, surgem difusamente.”

4. A Gastronomia e o Turismo

Quando se pensa em Turismo e Gastronomia é possível verificar que se complementam uma vez que o turista tenderá a experimentar a cozinha e doçaria tradicional local, como forma de satisfazer as suas necessidades básicas, gastronómicas e as de lazer. A inclusão da comida típica dos países ou regiões na lista de Património Imaterial da Humanidade⁶ pela UNESCO, em 2008, veio afirmar a Gastronomia como elemento decisivo na determinação da relação Turismo e alimentação.

O “*Global Report on Food Tourism*” da Organização Mundial de Turismo, referenciado no manual prático de Turismo de culinária - APTECE (2014), p.14, interpreta o Turismo gastronómico como sendo o segmento de maior crescimento da atividade turística. Confirma-se a importância do turismo gastronómico junto de entidades como empresas de eventos, agentes promotores de turismo, agentes de viagens, operadores turísticos, entre outros.

Elide di Clement (2016) refere que os turistas interessados em Gastronomia se sentem atraídos pela hipótese de poder participar na produção e no envolvimento direto na atividade culinária, na degustação, em conhecer novas culturas culinárias e ter uma experiência sensorial - gerando boas lembranças e melhoria do bem-estar pessoal.

⁶Fonte: <https://observador.pt/seccao/cultura/patrimonio-da-humanidade-cultura/>

Esta procura da experiência tem vindo a permitir a valorização do Turismo criativo associado à gastronomia. O mesmo autor refere, ainda, que a componente emocional das viagens acaba por se traduzir numa tendência de turismo onde o consumidor procura viver experiências únicas, a que hoje damos cada vez mais importância valorizando o lado emocional da relação com os territórios, procurando a vivência autêntica.

O homem e a sua identidade refletem uma dimensão biológica da alimentação. Esta é usada como um ato social e cultural e isso faz com que sejam produzidos diversos sistemas alimentares. Para Maciel (2005) a constituição desses sistemas resulta de diversos elementos, por exemplo da ecologia, da histórica, da cultural, entre outros. Estes elementos são ignitores de representações e imaginários sociais envolvendo escolhas e classificações. Na verdade, a alimentação humana está intrinsecamente incutida nas pessoas através da cultura e, como tal, é possível pensá-la como sistema simbólico em que códigos sociais estão presentes atuando no estabelecimento de relações dos homens entre si na sociedade e com a natureza. (Maciel 2005)

A associação do património com as atividades de entretenimento, culturais, e gastronómicas tem a capacidade de atrair turistas, que procuram a cultura e a gastronomia do local de destino.

De acordo com Barroco & Barroco (2008) a gastronomia apresenta-se como forma de diferenciação cultural e de identidade que promovem a cozinha tradicional de uma determinada região e época alavancando desta forma o turismo. Os símbolos típicos da cultura portuguesa e do país de Portugal são configurados com bandeiras, ícones ou expressões culturais oficiais e não oficiais, emblemáticas, representativas ou características de Portugal e da sua cultura. (2018).

A oferta de serviços rege-se pela lei do mercado bem como o ciclo de vida dos produtos está sujeito à lei da substituição - podendo ser superada em função de ofertas mais atrativas noutros destinos turísticos, num processo de competitividade e comparação incontornável no atual ambiente de mercado. Um destino turístico é mais atrativo conforme a natureza das atrações que tem para oferecer, ou seja, que tipo de serviços pode oferecer e qual o património material e imaterial que dará a conhecer.

Para Sampaio (2009) o entendimento da gastronomia como uma espécie de recurso para o Turismo, pese embora tenha a sua própria autonomia.

Os destinos turísticos acabam por estar sujeitos a ciclos de vida BUTHER (1980); BUTLER (2006) que dependem fortemente da decisão planeada e de campanhas de marketing assertivo.

De acordo com BUTLER (1980) o ciclo de vida de um destino é distinto e depende da fase em que se encontra o mesmo - introdução, crescimento, maturidade e declínio. A estratégia de posicionamento do destino e a necessidade de estruturas varia conforme o estágio em que o mesmo se encontra está em constante transformação na curva de desenvolvimento. Reconhecer o estágio em que se encontra é fundamental porque se podem definir objetivos e elaborar estratégias mais coerentes e direcionadas ao problema específico.

De acordo com Sampaio (2009), p.119 a atração turística cultural é reconhecida pela Organização Mundial do Turismo “quando distingue os recursos como meios humanos, energéticos e materiais de que uma coletividade dispõe ou pode dispor.

Tais recursos (incluindo a Gastronomia) são considerados recursos turísticos a partir do momento em que são capazes de atrair turistas tornando possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura”.

O primeiro Congresso Europeu de Turismo e Gastronomia foi realizado em maio de 2010, em Madrid. Este tipo de evento evidencia que a Gastronomia está relacionada com a matéria-prima e com o processo de produção. A gastronomia como representativa da região, da tradição e do cenário envolvente, que representam o contexto cultural e gastronómico. Segundo o *Global Report on Food Tourism* da Organização Mundial de Turismo (OMT 2012), o turismo gastronómico é o segmento com maior crescimento na atividade turística mundial encontrando-se, naquela data, Portugal a dar os primeiros passos. No entanto, Portugal tem um enorme potencial, pela diversidade e multiplicidade de recursos, que podem e devem ser conjugados com outros segmentos de atividade turística existentes no país - como a cultura, a aventura, o bem-estar/ saúde e o desporto, entre outros.

Além disso, o turismo gastronómico poderá ter uma influência na redução da sazonalidade da procura da atividade turística no país, como referido acima e como comprovamos hoje, passados quase dez anos. Ainda de acordo como o referido relatório, Portugal é o segundo país da Europa com maior número de produtos certificados, o que dá um cariz de excelência ao nosso mercado. Destaca-se a marca *Prove Portugal*, criada, em 2010 pelo Turismo de Portugal, que visou incrementar, especificamente, o reconhecimento da cozinha portuguesa, embora tenha ficado aquém das expectativas.

Por outro lado, Queiroz (2014) ressalva que Portugal faz parte dos países que se baseiam na Dieta Mediterrânica, tendo sido parte ativa para que a mesma viesse a ser considerada pelo Comité da Unesco, Património Cultural Imaterial da Humanidade - a 04 de dezembro de 2013, na cidade de Baku, conforme houve oportunidade de referir acima, neste texto. Segundo o autor (2014 p.244 e 245) referenciado: “a dieta mediterrânica, pela sua relação com os produtos locais, com a agricultura familiar e de proximidade, por se basear no respeito pelos ciclos astrais e pela sazonalidade produtiva que sempre orientaram a vida das sociedades mediterrânicas, criou uma alimentação rica em nutrientes e saudável, contribui para a proteção do património biogenético agrícola, estimula a medicina e a saúde nutricional preventiva e nova aplicação, na farmacologia e na cosmética”. Abaixo a figura 2 exemplifica os princípios da dieta mediterrânica:

A Pirâmide da Dieta Mediterrânica: um estilo de vida para os dias de hoje
 Recomendações para a população adulta

Porções de alimentos baseadas na frugalidade e nos hábitos locais



Vinho em moderação e de acordo com as crenças sociais

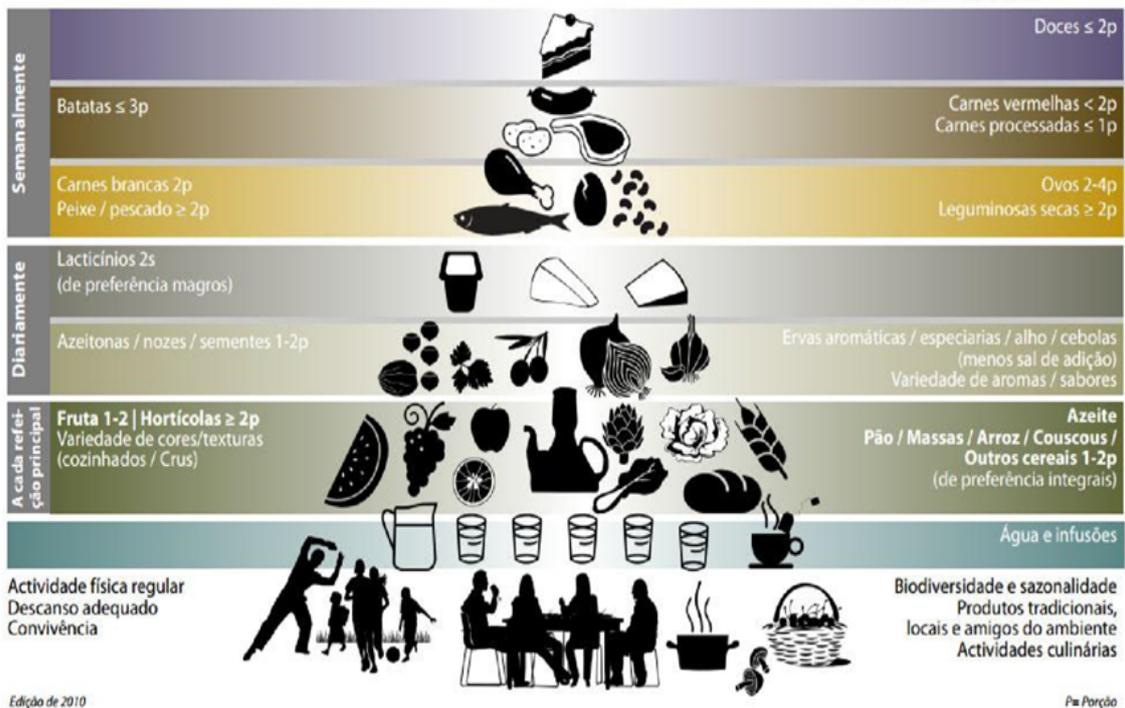


Figura 1 - Pirâmide da Dieta Mediterrânica
 Fonte: Fundación Dieta Mediterránea (2010) cit. in Queiroz (2014)

De acordo com MEE 2013 (Plano estratégico nacional para o turismo) O turismo gastronómico e o turismo de culinária encontram-se em franca expansão em Portugal, compreende-se a pertinência da política do turismo em evidenciar esses nichos de mercado.

Para finalizar e de acordo com Cavaco (2006) p.350 e 351, nesta temática do turismo de nicho, que existe uma gama de produtos e de experiências únicas cuja “(...) diversidade alarga-se quase sem limites (...)” desde uma visita aos “(...) céus crepusculares dos mares do Sul ou da Patagónia (...)” aos “(...) cursos de culinária e de provas de vinhos (...)”.

A Gastronomia faz parte da experiência turística enriquecendo-a e transformando a viagem de uma forma única. É um veículo transmissor de culturas e espelho de uma sociedade, através de experiências gastronómicas conhece-se, sente-se e prova-se a essência da cultura de um território. A forma de confeccionar o alimento e de o servir faz parte da herança cultural, dos costumes e das tradições da sociedade. A autenticidade e o genuíno são a essência que define e diferencia a cultura e as formas de viver. Através da Gastronomia esses valores são transmitidos ao visitante num contexto cultural e gastronómico. Neste estudo foi relevante a perceção da Gastronomia e da sua relação com o Turismo e a cultura.

5. Os Eventos gastronómicos

Como já foi referido neste trabalho e considerando todas as evidências, é claro que a gastronomia se tornou um importante atrativo turístico, principalmente no que diz respeito a atrativo turístico cultural. Os consumidores de turismo parecem ávidos de descobrir quem são os seus vizinhos, quais os seus hábitos, suas histórias e, gastronomia é uma boa forma de conseguir isso.

Como instrumento orientador do Turismo em Portugal, o Plano Estratégico Nacional de Turismo de 2027 – PENT (2027), p.6 - refere que “é necessário afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.”

A intervenção, no que diz respeito a este tema, deve estar assente em cinco eixos vetores: valorizar o território, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar redes e conectividade e projetar Portugal. Este plano alerta para a necessidade de adequar a oferta de museus e monumentos aos turistas, incluindo os que tenham necessidades especiais, quer a nível de horários, a nível de informação e conteúdos disponibilizados e ainda de acessibilidades. O objetivo é transformar a visita numa experiência, tornando o turista num elemento ativo, devendo para isso integrar-se a oferta – por exemplo, a criação e o reforço de rotas temáticas – e apostar nos museus que apresentem conteúdos distintivos – por exemplo, museus do fado e do azulejo.

O Plano Estratégico Nacional do Turismo indica, para o horizonte 2027, a necessidade de Portugal acolher megaeventos, desportivos ou culturais, de cariz estruturante, como o foram a Expo 98 e o Euro 2004. Além da sua enorme exposição mediática, estes tipos de eventos deixam ao País um legado de infraestruturas e de património construído, que geram fluxos de turistas, a curto e a longo prazo. Também a realização de eventos internacionais, que se realizem de forma regular ou pontual, mas que resultem na forte projeção mediática para Portugal – consequentemente gerando um aumento dos luxos turísticos específicos, que são apostas do Turismo de Portugal. Outros eventos realizados em Portugal se destacaram como por exemplo: o Rali Lisboa Dakar, o Moto GP, o Portugal Masters, prémios da MTV.

O Turismo Centro de Portugal (2013), p.9, indica “que os eventos de carácter sócio profissional, igualmente incentivados pelo Turismo de Portugal, permitem a divulgação do destino, dos principais produtos que compõem a oferta turística de Portugal e contribuem para reduzir a sazonalidade, além de estreitarem o contacto entre os circuitos de comercialização e os da oferta.” De igual modo, é importante reforçar o conceito da riqueza da gastronomia portuguesa criando pratos de referência a nível nacional, fomentando e promovendo a qualidade dos estabelecimentos de restauração.

Ainda segundo a última revisão PENT (20013-2015), a gastronomia portuguesa necessita de uma intervenção em duas vertentes: “notoriedade – promoção internacional de 4 a 6 pratos típicos, utilizando, nomeadamente, produtos de qualidade certificada; experiência – assegurar a qualidade dos estabelecimentos e preparar os restaurantes para a receção de turistas internacionais”.

«Para afirmar o produto da gastronomia e vinhos portugueses como estratégicos para o turismo português é necessário apostar nas linhas de atuação e focar nos objetivos do produto. Tal como atrair turistas e visitantes, nomeadamente através da oferta diversificada e de qualidade dos estabelecimentos de restauração e bebidas; promover a nossa gastronomia através da divulgação da cozinha e das receitas típicas do seu património gastronómico; contribuir para a recuperação da gastronomia portuguesa e para a sua inovação por novos talentos; incentivar o consumo de produtos de origem portuguesa tradicionais, regionais e qualificados.»

Neste âmbito o Turismo de Portugal e a Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP 2012) conceberam uma *Check-List* onde constam todos os requisitos que serão avaliados nos estabelecimentos que pretendam aderir a esta iniciativa. Os requisitos terão, sempre, que ser adaptados às realidades regionais, levando em consideração aquelas que são as especificidades da gastronomia nacional, como é possível verificar na figura 3.

De modo geral serão avaliados requisitos gastronómicos e de serviço como as matérias-primas utilizadas, a execução culinária, o empratamento, os tempos de espera, a ementa, a carta de vinhos, entre outros. Para além disso, é preciso definir como qualificar a oferta gastronómica de Portugal como elemento diferenciador da oferta turística, transformando -a num verdadeiro produto estratégico e competitivo – valorizando e salvaguardando a gastronomia portuguesa.

Para tal é preciso incentivar o consumo dos produtos regionais, tradicionais e qualificados e promover os vinhos de denominação de origem controlada. Assim é imperioso que as empresas, os promotores, e, de um modo geral, todos os consumidores, reconheçam a gastronomia portuguesa como uma prioridade, um desígnio nacional, como reconhece a AHRESP (2012).

Âmbito	Os Consumidores Europeus	
Perfil sócio-demográfico	Adultos entre 35 e 60 anos Elevado poder de compra	Quem são? > Maioritariamente homens > Elevado nível sócio-cultural
Hábitos de informação	Clubes sociais de vinhos e gastronomia Imprensa especializada	Através de que meio se informam? > Recomendação de amigos e/ou familiares > Internet
Hábitos de compra	Portais de internet especializados Agencias de viagens especializada	Onde compram?
	Hotéis <i>boutique</i> Hotéis de 3 a 5 estrelas	Que tipo de alojamento compram? > Alojamentos rurais de luxo ou de charme
	Em que período do ano compram? Viajam durante todo o ano, mas com maior frequência na Primavera e Outono	
	Casais	Quem compra? > Grupos reduzidos
	Entre 3 e 7 dias	Quantos dias de estada compram?
	1 vez ao ano	Quantas vezes no ano compram? > Clientes 'entusiastas' viajam 3 a 5 vezes por ano
Hábitos de uso	Degustações Compra de produtos típicos Visitas a museus e exposições Relaxar e desfrutar as paisagens Actividades de Saúde & Bem-Estar	Que actividades realizam? > Provas de pratos > Visitas a atracções turísticas > Assistir a espectáculos > Passeios

Figura 3
– Perfil

dos Consumidores Europeus

Fonte: (<https://www.slideshare.net/filipe.mello/2812-gastronomia-e-vinhos/4>)

6. Eventos em rede e escala

A etimologia da palavra evento chegou até nós através do inglês *coming events*, que significa numa versão mais ampla: “vai haver um acontecimento”. Ao longo dos tempos tem-se vindo a verificar o aumento de eventos que visam dar a conhecer um determinado produto turístico, sendo eles mesmo um elemento de atração turística. Na verdade, este tipo de eventos é capaz de, por si só, gerar fluxos e aumentar o tempo de permanência do turista no destino.

Para Branquinho (2011) o evento como produto turístico é divulgado da mesma forma que a do lançamento de outro qualquer produto, com adaptações às peculiaridades do setor turístico, onde o fator diferencial é o que mais vende.

Uma das técnicas de comercialização deste produto turístico é assenta na boa gestão do calendário de programas, uma resenha das promoções antecipadamente programadas - de cunho social, cívico, económico, folclórico, histórico, científico, técnico, cultural, religioso, desportivo, popular, enumeradas por ordem cronológica. Considera-se, assim, que é a forma mais eficaz para concentrar, divulgar e indicar tais acontecimentos. A oferta turística deve ser diversificada, quer ao nível dos territórios de uso turístico, quer ao nível da criação de novos produtos com capacidade para mobilizar tipos de clientes diferentes do tipo padrão do consumidor.

A aposta nos produtos diferenciadores, onde os eventos podem ser inscritos, em especial os de grandes dimensões, geram um efeito multiplicador, quer a montante quer a jusante da própria atividade, com consequência direta no processo de criação e do uso sistematizado de infraestruturas e equipamentos para a realização de eventos. Isto permite ampliar a capacidade de ação profissional, quer ao nível da formação específica necessária (que habilita, credita e certifica técnicos para a área) quer ao nível da promoção e sustentação de emprego, reduzindo os efeitos da sazonalidade crónica existente no setor turístico. No quadro macroeconómico, gera maior riqueza em consequência de receitas diretas, resultante do aluguer de espaços, e indiretas ao nível do alojamento, viagens, restauração e outros serviços turísticos complementares.

Branquinho (2011) ressalva, ainda, que, do ponto de vista turístico, são evidentes os benefícios da realização de um evento, nacional ou internacional. Este tipo de eventos possibilita a divulgação e a implicação do consequente, expectativa de consumo futuro através da procura e da oferta turística, portanto, para todo o mercado; quem procura informação turística quem vende determinado produto turístico.

Os eventos que serão analisados na presente dissertação enquadram-se no âmbito da gastronomia a nível regional. Estes classificam-se como de competitividade regional e local, mas, também, como eventos de demonstração e exposição, no caso específico das feiras gastronómicas. Estes eventos têm uma frequência cíclica, de forma a fidelizar e garantir uma agenda cultural coesa.

São, ainda, considerados como parte integrante da estratégia de marketing territorial, a nível nacional ou regional. Branquinho (2011) refere, ainda, que estes são eventos promocionais de produtos locais, com objetivos culturais, educativos, políticos, empresariais, sociais, de lazer e turismo e, que por vezes, estão incluídos em festas religiosas, especialmente em meios de cariz mais rural.

D'Encarnação (2012) destaca o surgimento de dezenas confrarias à luz dos mais diversos pretextos, que visam afirmar e confirmar rituais, através da divulgação dos costumes culturais – entre os quais se destacam os trajes típicos e as iguarias regionais ou locais. Pode-se, ainda, entender que as confrarias visam perpetuar o legado de determinados produtos gastronómicos onde em conjunto com as autarquias e associações locais realizam eventos para divulgar e difundir o produto que acarinhos e defendem.

Este tema será de novo abordado de uma forma mais profunda e descritiva no capítulo número oito, a expositiva da caracterização das confrarias gastronómicas em Portugal, referindo igualmente à sua génese e estabelecendo uma analogia com as suas congéneres europeias.

Com já deu para perceber, a gastronomia, embora elemento atrator complementar a outros tipos de turismo de estação lata, é muito usada para incrementar o turismo de baixa estação e garantir a manutenção da oferta turística em determinada região. Os eventos gastronómicos são inseridos em calendários oficiais de eventos dos municípios ou do país, cujo objetivo passa por explorar os recursos turísticos de uma localidade, região ou país, por meio de viagens de conhecimento ou de lazer.

Trata-se, essencialmente, de uma forma de comemorar os hábitos de determinada localidade – preservando uma parte do seu património e reavivando memórias de quem por lá não viveu ou, simplesmente, não assistiu.

Entenda-se, ainda, que estes eventos são normalmente abertos ao público em geral, contudo são segmentados considerando o possível perfil do consumidor/ visitante. Estabelecem-se, assim, categorias: quem não conhece o produto, quem pretende aprofundar os seus conhecimentos sobre o produto e, por fim, o público especializado e conhecedor do produto que visa adquirir novos conhecimentos.

No capítulo que se segue, iremos caracterizar a importância da Doçaria Conventual em Portugal que se tornou um importante atrativo turístico, principalmente no que diz respeito ao atrativo turístico cultural, considerando-se que os hábitos alimentares de um povo e os seus modos de fazer, refletem a identidade, costumes e hábitos de uma comunidade local.

7. A importância da Doçaria Conventual em Portugal

Considerando o legado histórico da sociedade portuguesa, este capítulo começa por ressaltar a *Resolução do Conselho de Ministros n.º 96/2000, de 26 de julho*, onde foi reconhecido o valor cultural e identitário que existe na gastronomia nacional. O mesmo documento estipula que a mesma seja defendida em termos de autenticidade e difundida ao nível local, nacional e internacional. De acordo com o *art.º 2* da referida resolução (RP 2000) entende-se “por gastronomia nacional o receituário tradicional português, assente, designadamente, em matérias-primas de fauna e flora utilizadas ao nível nacional, regional ou local, bem como em produtos agroalimentares produzidos em Portugal, e que, pelas suas características próprias, revele interesse do ponto de vista, histórico, etnográfico, social ou técnico, evidenciando valores de memória, antiguidade, autenticidade, singularidade ou exemplaridade” (RP, 2000, p.3618). Ainda a mesma resolução estabelece a importância de promover a gastronomia portuguesa, quer a nível interno como externo pois acrescenta mais-valia ao turismo.

De referir que já na *Lei n.º 107/2001 de 8 de setembro* foram estabelecidas as bases da política, do regime de proteção e valorização do património cultural, evidenciando-se no *art.º 91 (RP, 2001, p.5808)*, que devem merecer “Especial proteção [...] as expressões orais de transmissão cultural e os modos tradicionais de fazer, nomeadamente as técnicas tradicionais de construção e de fabrico e os modos de preparar os alimentos”. De referir, ainda, que o *Decreto do Presidente da República n.º 28/2008 de 16 de março*, ratificou o estipulado na Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial da Unesco⁷. Este Decreto promove a salvaguarda do património cultural imaterial e evoca a sensibilização a nível local, nacional e internacional e estipula o dever de cooperação e assistência internacionais, em termos de património. (RP, p.2008:1685)

Segundo Veloso (1992), com o decorrer do tempo, muitas receitas conventuais tornaram-se património da região onde os conventos e mosteiros estavam instalados e com o encerramento de muitos conventos as receitas acabam por passar para os fabricantes locais – consequentemente levando à institucionalização das especialidades regionais.

O mesmo autor (1999, p.124) destaca, ainda, que a abundância de doces em pleno século XVIII era extraordinária: “, (...) em casa, às refeições; nas ruas, com vendedeiras ambulantes, tendas, mercados e feiras; nas festas e receções, nas assembleias ou partidas, também chamadas de funções (...) com pretexto ou sem, ingeriam-se quantidades inacreditáveis de doces açucaradíssimos, acompanhados por café açucarado, chocolate açucarado e chá com açúcar!”.

⁷Fonte: Convenção adotada na 32.ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO, em Paris, a 17 de outubro de 2003, aprovada, pela Resolução da Assembleia da República n.º 12/2008, em 24 de janeiro de 2008 (RP, 2008);

Martins, Baptista & Costa (2012) mencionam que, atualmente, a questão da identidade e autenticidade dos produtos tornou-se, por outro lado, uma das preocupações de maior parte dos destinos turístico. Isto, pois, segundo os mesmos autores, a competitividade e o diferencial turístico são obtidos quando os locais se preocupam em oferecer experiências únicas ou raras de serem encontradas, sendo, por isso, para além do valor de autenticidade e identidade uma questão de vontade e intervenção políticas dos agentes locais/regionais.

Assim, de acordo com este entendimento, pode afirmar-se que o desenvolvimento dos produtos gastronómicos assenta, essencialmente, no envolvimento dos agentes responsáveis pela atividade turística, pois permite a interação entre produtores, fornecedores, consumidores e a comunidade local (Martins et. al, 2012).

Para Gomes (2010, p.169) 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 ruturas fraturantes na essência dos produtos ou das receitas”.

As disposições relativas à política do Turismo em Portugal na sua relação com a temática será de referir que a *Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013 de 16 de abril* levou à revisão do PENT de 2013 (MEE,2013), evidenciava a gastronomia como um fator importante na avaliação de uma viagem. Na definição de produtos estratégicos referia-se, que se deveria enriquecer a experiência turística por via da gastronomia e vinhos nacionais através da criação e promoção da marca "Prove Portugal"; da sensibilização dos produtores/industriais agroalimentares em formatarem rotinas de visitação/usufruto que complementam a sua atividade principal; da qualificação dos serviços de restauração e da valorização dos produtos e receituários regionais; do desenvolvimento de roteiros enogastronómicos e da promoção internacional dos produtos de excelência e dos chefes no âmbito da marca "Prove Portugal". (PENT 2013, p.21).

De acordo com o MEE (2015) subjacente à “valorização dos produtos e receituários regionais” e na “promoção internacional dos produtos de excelência” subjaz a doçaria conventual.

Em Portugal a gastronomia como produto turístico tem tido, desde 2000, um crescimento anual de 5% a 8% e a tendência é de aumentar para 8% a 10% nos próximos anos, segundo referências do PENT (ME 2015, p.71). O referido documento, evidenciava então como -principais mercados emissores enogastronómicos a Espanha, o Reino Unido e a França e como principais destinos concorrentes a Espanha, a França e a Itália.

Entre os vários fatores de competitividade considerados no documento referenciado, salientava-se a variedade e riqueza da gastronomia nacional, classificada como bem imaterial do património cultural português. A doçaria tradicional e conventual sendo muito apreciada pela sua qualidade e diversidade de produtos existentes potenciam uma oferta distintiva para o turista que visita Portugal.

No que concerne às atuais estratégias referidas no plano Turismo 2020 (ME 2016), estão assentes em cinco princípios básicos: a pessoa, a liberdade, a abertura, o conhecimento e a colaboração. De acordo com o ME (2016, p.24) estes princípios são fundamentais para tornar Portugal, no horizonte temporal de 2016-2020, “o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa”. Desta forma no ME (2016, p.9) estabelece-se que o primeiro princípio - a pessoa - entende que o turista é “o centro de todas as fases do ciclo de viagem e da cadeia de valor do turismo”; o segundo princípio - a liberdade - traduz-se no “respeito pela liberdade de escolha das pessoas e pela liberdade de iniciativa das empresas do sector, de forma a responder às motivações da procura”; o terceiro princípio - a abertura - refere que o setor do turismo deverá ser aberto “à mudança, à inovação, à criatividade e à concorrência”; o quarto princípio - o conhecimento - alega que a estratégia passa por estar atento “ao conhecimento, às novas oportunidades de negócio, rumo a um destino turístico inteligente”; e o último princípio - a colaboração - a qual deverá ser “multissectorial, assumindo o turismo como atividade transversal”. O referido documento (2016, p.68) salienta, ainda, que “a era do primado da oferta, assente na definição de produtos, deu lugar à era do primado da procura, numa progressiva afirmação das experiências turísticas.

Esta mudança torna o rigor da segmentação e o desenvolvimento da customização de massa uma necessidade permanente para todos os que têm a responsabilidade de gerir destinos turísticos. O que lhe dá origem não são já produtos ou regiões, mas as motivações”. ME (2016, p.67).

Ainda no mesmo documento assume-se que um produto estratégico é todo aquele que consiga dar resposta às motivações turísticas, de uma forma sustentável e integrada, baseado num conjunto de fatores, como a autenticidade, a personalização, a inovação, a tecnologia e sustentabilidade.

Ainda seguindo as recomendações do ME (2016, p.106), a gastronomia assume-se como uma estratégia para a “valorização do destino Portugal”, sendo considerada como um produto turístico complementar, “alinhado com todas as regiões” do país.

Assim entende-se que: “De facto, a gastronomia, bem como os vinhos portugueses, tem demonstrado uma enorme capacidade de agradar e surpreender quem nos visita. Os inúmeros prémios internacionais e, acima de tudo, a opinião manifestada pelos turistas em sucessivos inquéritos de satisfação, confirmam a gastronomia e vinhos como um dos fatores mais fortes de valorização do destino Portugal” (ME, 2016, p.106).

O plano de ação Turismo 2020 (ME 216) pretende desenvolver uma série de conceitos e dinâmicas que poderão ser de grande interesse para a região Centro, como é o caso da “mitigação da sazonalidade”, do “Portugal: Destino Turístico Inteligente”, das “rotas e itinerários experienciais”, da “sharing economy”, em que se prevê a colaboração do Turismo de Portugal bem como das Entidades Regionais de Turismo com os agentes locais dinamizadores das atividades e os produtos turísticos⁸.

⁸ No âmbito da temática em análise, julgou-se ser pertinente evidenciar o nome de António Maria de Oliveira Bello (1994), conhecido pelo pseudónimo de *Olleboma*. Este em conjunto com Ernesto Roma, fundou em 1933 a *Sociedade Portuguesa de Gastronomia*. Esta Sociedade, extinta em 1978, definia como objetivo principal “promover o estudo dos alimentos quanto à sua origem, produção, fabrico, apresentação e paladar para conseguir melhorá-los” (cit. In Bello, 1994:12). Ao confirmar-se os seus estatutos é possível encontrar semelhanças com os objetivos das confrarias gastronómicas atuais. Assim sendo faziam parte dos estatutos: “(...) a) fazer ressaltar a cozinha nacional melhorando-a, elevando-a ao lugar que deve ter, defendendo a cozinha nacional e os produtos alimentares de primeira qualidade; b) promover exposições, concursos, semanas de culinária e fazer publicações concernentes à gastronomia e ao turismo nacional; c) criar em cada região núcleos de emulação propícios a elevar o nível da cozinha local e a manter as boas condições culinárias; d) fazer propaganda e afirmar o valor dos bons produtos nacionais, encorajando as suas boas qualidades e a sua apresentação condigna quer para consumo no país quer para exportação; e) apontar as fraudes alimentares e lutar contra a concorrência dos produtos estrangeiros; f) coligir elementos para a História da Cozinha e Alimentação Portuguesa nas suas características e nas suas influências estrangeiras; g) promover e auxiliar a criação de escolas culinárias e de serviços caseiros; h) Prestar homenagem aos escritores e homens da ciência que têm lutado por melhorar as condições da alimentação, base da vida sã e duradoura. (...). Em resumo: A Sociedade dá todo o seu concurso à boa cozinha e aos bons produtos, procura melhorar o turismo tornando-o mais agradável, indicando onde se encontra o conforto e a boa mesa nos hotéis, restaurantes e pensões, incitando e encorajando a conservação das tradições e costumes que mereçam respeitar-se. (...)”

Um bom exemplo de instituição e projetos que fomentem a promoção através da gastronomia a nível regional são as confrarias, que serão analisadas de forma mais aprofundada no capítulo seguinte.

8. As Confrarias Gastronómicas

O presente capítulo pretende fazer uma caracterização das confrarias gastronómicas em Portugal, referindo-se igualmente à sua génese e estabelecendo uma analogia com as suas congéneres europeias.

8.1. Caracterização das confrarias gastronómicas em Portugal

De acordo com Beirante (1990), as confrarias ou irmandades medievais eram associações religiosas com uma estrutura bem definida pelas autoridades eclesiásticas. Estas pretendiam incentivar e promover o culto público e exercer a caridade. Segundo a autora, tiveram origem nos *collegia romanos* e nas *gildas* germânicas. Sendo que as características eminentes dos *collegia romanos* a organização periódica de banquetes e a existência de um patrono benfeitor e de um santo protetor.

Por seu turno, as *gildas* germânicas desenvolveram-se em regiões onde a cristianização foi mais tardia e ténue, tendo, igualmente, o objetivo da assistência na necessidade, a pacificação de litígios e proteção dos associados contra terceiros.

Ainda de acordo com Beirante (1990), em Portugal as confrarias mais antigas, de que existem dados, remontam ao século XII. Segundo a autora, as irmandades portuguesas figuram nos documentos como sinónimos de confrarias e existem registos que, ao longo dos tempos, a par do seu carácter religioso poderiam ser ligadas a atividades laicas, como por exemplo a atividade comercial, dando lugar às confrarias de artesãos em algumas localidades portuguesas.

Beirante (1990) descreve o processo de entrada numa confraria como um evento público com o juramento de compromisso sobre os Santos Evangelhos, ficando a inscrição registada no livro dos confrades. Internamente, as confrarias eram compostas por órgãos próprios, com estatutos escritos, sendo a assembleia dos confrades ou cabido o principal órgão administrativo das mesmas, obedecendo a uma determinada periodicidade.

Nas assembleias, os confrades "ouviam ler o compromisso, faziam as suas orações pelos defuntos e deliberavam sobre assuntos de interesse comum [...]. As refeições comunitárias (colações e banquetes) constituíam o aspeto mais importante na área da sociabilidade [...] eram anuais e tinham lugar no mesmo dia do cabido geral." (Beirante, 1990, p.31 e 33).

De acordo com Machado (2015) para contrariar essa associação os cristãos novos da terra, logo, se apressaram a criar a *Confraria do Burraço*. Esta confraria tinha como objetivos principais comer, beber e folgar, sendo considerada a primeira confraria gastronómica portuguesa. Naturalmente, devido ao escândalo que a constituição desta confraria implicou, a intervenção do *Santo Ofício* determinou o julgamento de Pedro Lopes, um dos seus mentores, que argumentou em sua defesa que burraço era o termo que "se traz muito em prática e quando alguma pessoa cai em algum descuido ou parvoíce lhe dizem que é burraço, e que há-de pagar para o burraço, pelo que todo ele réu está sem culpa" (Machado 2015 p.6).

Ainda segundo Machado (2015), outra organização indissociável das confrarias gastronómicas dos nossos dias é a *Confraria da Pandocarda de Vilarinho dos Galegos*, no concelho de Mogadouro. As suas origens remontam a 1940 e segundo o autor, por altura das vindimas, e após a festa católica em honra de S. Miguel - carinhosamente apelidado pelo povo por São Miguel da Uva - padroeiro da freguesia, os confrades dançavam ao ar livre, em redor da igreja ao som de um ensurdecedor pandeiro, comendo e bebendo, comemorando em "(...) copiosas libações (...)" (cit. In Machado 2015).

Será, ainda, de referir que de acordo com o estudo das confrarias gastronómicas em Portugal, em 1965, surge a primeira *Associação Báfica Portuguesa*, a qual se designou por *Colegiada de São Martinho*, tendo por objetivos "valorizar a qualidade dos vinhos portugueses e promover a sua defesa e expansão" (cit. in Mota 2003 p.9).

Mota (2003) refere que as Confrarias Báficas começaram a emergir, sobretudo nos anos 80 e 90, do século XX o que impulsionou outro movimento de índole fraterna, que não pode estar dissociado da origem das confrarias gastronómicas.

Segundo Dias (1998, p.22), "as Confrarias Bquicas foram aparecendo, sobretudo, para defender e divulgar e vinho das suas regiões, exaltar as suas qualidades, promover a sua venda e salvaguardar o património cultural, etnográfico e social que lhes está inerente". Ainda segundo o mesmo autor, cada confraria bquica tem os seus estatutos e pretende ganhar adeptos para conhecer e valorizar as qualidades e caraterísticas dos vinhos das suas terras, "(...) associando, não raro, confrarias gastronmicas (...)" (Dias, 1998, p.23).

De salientar, ainda, que Sampaio (2005, p.36), a propósito 4 Congresso Nacional da Gastronomia, ocorrido em outubro de 2005, se referia ao trabalho das confrarias da seguinte forma:

“O trabalho das Confrarias Gastronómicas na inventariação do Receituário, assim como na qualidade das matérias-primas de fauna e flora utilizadas ao nível nacional, regional ou local, idem em produtos agroalimentares produzidos em Portugal e que possam ser considerados como produtos tradicionais e por isso passíveis de serem considerados como DOP. O nosso regozijo por verificar que já são muitas as Confrarias que com os produtores se esforçam para que nos respetivos territórios esses produtos sejam de Qualidade.”

A 28 de junho de 2001 foi criada a *Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómica*⁹. Trata-se de uma associação sem fins lucrativos que tem como principal objetivo a promoção, a divulgação e a defesa da Gastronomia Tradicional Portuguesa. Atualmente a FPCG congrega cerca de 89 confrarias, muitas das quais especificadas no Quadro 1¹⁰, procurando enriquecer as comunidades locais com o trabalho que desenvolvem localmente.

⁹ Fonte: Sigla: FPCG

¹⁰ Fonte: Elaboração própria, adaptado da FPCG (2018)

CONFRARIAS GASTRONÓMICAS EFETIVAS E ASSOCIADAS DA FPCG

Confraria da Gastronomia do Ribatejo – Santarém Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria da Moenga – Évora 18 jun. 2004	Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal - Tentúgal 02 set. 2008
Confraria da Broa de Avintes – Vila Nova de Gaia Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria da Pera Rocha do Oeste – Cadaval 18 Jun. 2004	Confraria do Anho Assado com Arroz no Forno – Marco de Canaveses 06 jan. 2009
Confraria Gastronómica do Mar – Matosinhos Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria das Peraltas – Gastronomia da Serra da Lousã – Lousã 17 jun. 2005	Confraria Gastronómica. Os Tanheiros - Moçarria 17 ago. 2009
Confraria Gastronómica Panela ao Lume – Guimarães Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria do Velhote – Valadares 27 jul. 2005	Confraria dos Ovos Moles de Aveiro – Aveiro 26 jan. 2010
Confraria Gastrónomos do Minho – Viana do Castelo Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria Gastronómica De Almeirim – Almeirim 2006	Confraria Gastronómica de Pinhal do Rei – Leiria 26 jan. 2010
Confraria Gastronómica. O Moliceiro – Murtosa Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria Gastronómica da Gândara “Aromas e Sabores Gandareses” – Tocha 2006	Confraria do Bucho Raiano – Sabugal 12 Mar. 2010
Confraria Gastronómica da Região de Lafões – S. Pedro do Sul Fundadora da FPCG 28 jun. 2001	Confraria Gastronómica “O Rabelo” – S. João da Pesqueira 2006	Confraria dos Carolos e Papas de Milho Nov. 2011
Confraria da Carne Barrosã – Boticas 2001	Confraria da Castanha- Sernancelhe 2006	Confraria dos Sabores Poveiros- Póvoa de Varzim 3 dez. 2011
Academia Madeirense das Carnes/ Confraria Gastronómica da Madeira – Madeira Fundadora da FPCG 18 dez. 2001	Confraria do Queijo Rabaçal – Penela 2006	Real Confraria da Matança do Porco – Miranda do Corvo 17 jan. 2012
Confraria da Fogaça da Feira – Santa Maria da Feira 11 set. 2002	Confraria Gastronómica do Bacalhau – Ílhavo 2006	Confraria Gastronómica dos Aromas e Sabores Raianos – Almeida 20 jan. 2012
Confraria Gastronómica das Tripas à Moda do Porto – Porto 5 fev. 2003	Confraria do Bucho de Arganil – Arganil 2006	Confraria da Marmelada de Odivelas – Odivelas 04 mai. 2012
Confraria Nabos e Companhia – Carapinhos – Mira 5 fev. 2003	Confraria do Vinho de Lamas- Miranda do Corvo jan. 2007	Confraria Gastronómica de Sever do Vouga – Sever do Vouga 14 mai. 2012
Confraria do Queijo de S. Jorge – S. Jorge/ Açores 23 abr. 2003	Confraria dos Gastrónomos do Algarve – Portimão 2007	Confraria do Medronho – Tábua 16 mai. 2012
Confraria da Chanfana – Vila Nova de Poiares 23 Abr. 2003	Confraria do Chá Porto Formoso – S. Miguel/ Açores 30 Mar. 2007	Confraria Gastronómica do Arroz de Aba de Cinfães 31 mai. 2012
Confraria do Queijo Serra da Estrela – Oliveira do Hospital 23 abr. 2003	Confraria Gastronómica da Amadora – Amadora 09 abr. 2007	Confraria Gastronómica da Maçã Portuguesa – Moimenta da Beira 02 jul. 2012
Real Confraria do Maranhão – Pampilhosa da Serra 20 ago. 2003	Confraria Gastronómica do Cabrito e da Serra do Caramulo – Tondela 23 mai. 2007	Confraria Gastronómica. As Sainhas de Vagos – Vagos 05 jul. 2012
Confraria Saberes e Sabores da Beira “Grão Vasco” – Viseu 20 ago. 2003	Confraria Gastronómica do Arroz e do Mar – Figueira da Foz 20 jun. 2007	Confraria Gastronómica do Concelho de Ovar – Ovar 23 jul. 2012
Confraria Gastronómica do Norte Alentejano – Portalegre 11 dez. 2003	Confraria do Bodo – Pombal 07 ago. 2007	Confraria da Sopa dos Açores – Fajã de Baixo - S. Miguel 29 nov. 2012
Confraria da Lampreia de Penacova – Penacova 11 Dez. 2003	Confraria da Broa d’Avanca – Estarreja 07 Ago. 2007	Confraria das Sardinhas Doces de Trancoso – Trancoso 29 nov. 2012
Confraria das Almas Santas da Areosa e do Leitão – Aguada de Cima 11 dez. 2003	Confraria Atlântica do Chá – Porto 30 ago. 2007	Confraria Gastronómica de Sousel 30 nov. 2012
Confraria Queirosiana – Vila Nova de Gaia 8 jan. 2004	Confraria Gastronómica do Toiro Bravo – Coruche 16 nov. 2007	Confraria do Chicharo – Alvaiázeres 30 nov. 2012
Confraria Gastronómica do Concelho de Palmela - Palmela 8 jan. 2004	Confraria Gastronómica do Leitão da Bairrada – Anadia 17 dez. 2007	Confraria do Mel- Macedo de Cavaleiros 2012
Real Confraria da Cabra Velha – Miranda do Corvo 18 abr. 2004	Confraria do Bolo de Ançã – Ançã 2008	Confraria Sabores da Abóbora- Soza 29 Nov. 2013
Confraria Gastronómica “Gastrónomos dos Açores” – S. Miguel/ Açores 18 jun. 2004	Confraria das Papas de S. Miguel – Oliveira de Azeméis 18 fev. 2008	Confraria dos Rojões da Bairrada com grelo e batata à racha- Oliveira do Bairro 2014
Confraria Gastronómica da Raça Arouquesa – Arouca 18 jun. 2004	Confraria da Pateira – Pateira de Fermentelos 25 fev. 2008	Confraria do Presunto e da Cebolada do Vale de Sousa Mar. 2015

Quadro 1 - Confrarias Efetivas e Associadas da FPCG
Fonte: Elaboração própria, adaptado da FPCG (2018)

Podemos constatar, através da análise de dados da FPCG (2015a), que o início das confrarias gastronómicas, como organizações dotadas de estatutos próprios, ocorreu a partir dos finais dos anos oitenta do século passado. Tendo-se desenvolvido nos anos noventa desse século e a sua expansão ocorrida já na primeira década deste século.

A FPCG (Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas) integra um conjunto de entidades que intervêm, direta ou indiretamente, na gastronomia, enquanto produto estratégico da nossa economia e de um modo particular no Turismo, defendendo sempre as Artes Culinárias, o Património Cultural, valorizando a convivialidade, o saber comer, as nossas memórias e a nossa história.



Mapa 1 - Confrarias Gastronómicas Federadas em Portugal, por região, em 2018
Fonte: <https://www.cultuga.com.br/entenda-as-divisoes-do-mapa-de-portugal/>

Através do mapa 1, podemos realizar uma análise de escala regional no que se refere à distribuição geográfica das confrarias gastronómicas federadas pela FPCG em Portugal.

A NUT II¹¹ que reúne mais Confrarias refere-se à região Centro, com quarenta e duas confrarias; em seguida, a região do Norte, com trinta e uma confrarias; as regiões da grande Lisboa e do Alentejo, com onze confrarias; os Açores com quatro confrarias; e a Madeira, com apenas uma confraria na região - sendo as NUT II com menos significado a este respeito.

A FPCG (2013a) é, igualmente, responsável pela realização do Inventário do Património Gastronómico Português, no qual se pretende catalogar as confrarias com os produtos característicos das suas regiões como Património Cultural Imaterial.

As confrarias gastronómicas são um poderoso movimento civil, uma força significativa de importante mobilização social e turística, que aprofunda o conhecimento, em si própria. Através das confrarias, descobre-se, ou confirma-se que a gastronomia não é apenas pretexto para os convívios sociais, viagens trísticas, redescoberta de receituários tradicionais, mas que deverá, cada vez mais, incrementar o interesse, aprendizagem e fascínio pelas diferenças implicadas na distância geográfica entre comunidades, uma vez que a gastronomia “emparelha” com a convivialidade, partilham-se momentos, considerando que o ato de comer é comumente realizado em grupo, tornando-se assim uma linguagem cultural (CEUCO 2013).

Como menciona o CEUCO – Concelho Europeu das Confrarias Enogastronómicas, as confrarias são património nacional, são a cultura viva, sendo o povo que a transporta ao longo dos tempos. Quem não se recorda de receitas dadas a conhecer pelos nossos avós, e já recebidas por estes, dos seus antepassados, muitas delas, ainda colocadas em práticas nos dias de hoje, transmitindo-se a cultura, de geração para geração, esperando-se vivamente que a cadeia não quebre. Atualmente, já estão a ser recolhidas e compiladas muitos antigos receituários. As confrarias gastronómicas são, portanto, as sentinelas do enorme e rico património cultural.

¹¹ Fonte: NUT II – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

Existem vários organismos e instituições que têm como meta a valorização, salvaguardar e propagação dos valores gastronómicos, sociais e culturais de uma região ou país, contudo, às confrarias compete zelar pela divulgação e preservação, a nível nacional e internacional.

No patamar europeu, o Concelho Europeu das Confrarias Enogastrónomicas é a instituição que detém a chancela da comunicação entre confrarias gastronómicas europeias, visando o objetivo de promover o intercâmbio das diferentes culturas e costumes gastronómicos das diferentes regiões europeias. Com o fim de dar espaço a uma discussão contínua e permanente sobre temas de interesse, realiza-se anualmente um Congresso de Confrarias Enogastrónomicas (que já foi realizado em Portugal), em cada um dos países da UE.

8.2 A Confraria Gastronómica da Panela ao Lume: suas origens e organização interna

O objetivo da descrição deste capítulo será fazer uma personalização sobre a confraria gastronómica Panela ao Lume pela mesma se localizar na área territorial em estudo deste trabalho.

A Confraria Gastronómica da Panela ao Lume¹² foi criada em 27 de setembro de 1991 e, segunda a mesma “a finalidade desta Confraria consiste no objetivo fundamental a investigação, estudo, divulgação e defesa do Património Gastronómico Português e de toda a Gastronomia” (cit. in <https://www.gastronomias.com>.)

Em abril de 1986 o jornal *O Comércio do Porto* criou uma secção gastronómica, onde eram feitas publicações de crónicas dominicais com a designação de "Panela ao Lume".

Em novembro, desse mesmo ano, um grupo de leitores reuniu-se no *restaurante Martins* em Vila Verde e lançou a ideia da constituição de uma associação formal com a mesma designação. A "formalização", embora sem registo notarial, aconteceu em 1 de dezembro de 1986, tendo sido estabelecido o propósito de, a partir desta data, se realizarem regularmente "reuniões e outros atos gastronómicos". (cit. in <https://www.gastronomias.com>.)

Esta associação, durante cinco anos, foi formalmente designada por *Amigos da Panela ao Lume*, realizou almoços, jantares, passeios e conferências de índole Gastronómica – eventos que iam sido registados no já referido jornal *O Comércio do Porto*. Estava, assim, constituída aquela que é considerada a mais antiga Associação Gastronómica da segunda metade do século XX - exceção feita, naturalmente, à *Associação Portuguesa de Gastronomia*.

Os objetivos da Confraria Gastronómica da Panela ao Lume passavam por difundir indicações de interesse gastronómico: receituário, análise histórica de receitas e dietas, receituários e roteiros de restaurantes; e fomentar e/ou participar em Colóquios, Congressos e outras reuniões de carácter cultural no âmbito da Gastronomia.

Nesse sentido realizava almoços temáticos como por exemplo ao bacalhau, ao cabrito, à lampreia, às papas de sarrabulho, antecidos, sempre, de um ato cultural alusivo ao prato ou à região onde o evento tivesse lugar.

Esta confraria assume-se, ainda, como parceira no desenvolvimento económico e cultural da cidade de Guimarães e da região do Minho. É seu intuito assim, “(...) preservar, divulgar, dignificar e promover o património Gastronómico, histórico, cultural, arquitetónico de toda uma região (...)”.

A CGPL é uma associação cultural sem fins lucrativos que obedece ao Regulamento Interno elaborado em Assembleia Geral. Os órgãos sociais da CGPL são a Assembleia Geral, a Direção e o Conselho Fiscal. A Assembleia Geral é dirigida por um presidente, sendo as competências da mesma estabelecer as linhas orientadoras da Confraria e eleger os membros representativos dos referidos órgãos. Por sua vez, ao presidente da Direção compete a representação e gestão da Confraria, dirigindo todas as atividades realizadas e proporcionando a prossecução das mesmas. Ao Conselho Fiscal compete o controlo financeiro e a prestação de contas da instituição. Todos os órgãos sociais da CGPL estão obrigados a cumprir o Regulamento Interno, o chamado *Livro das Usanças da Confraria*. Este documento descreve as regras internas da Confraria, orientando a sua atividade; estabelece os princípios a que os confrades estão obrigados e caracteriza os momentos solenes da associação, como é o caso das *Cerimónias Capitulares* e respetivas *Entronizações*.

As Entronizações consistem na apresentação de novos membros da Confraria os quais, sob juramento, se comprometem a defender a Gastronomia e a colaborar nas atividades da Confraria. A cerimónia de *Entronização* termina com a entrega das insígnias da CGPL. A Confraria é numerária, tendo como limite 150 confrades.

Abaixo nas figuras 4 e 5 é possível confirmar o crachá da confraria bem como o seu traje típico. Relativamente ao traje este remete-se ao uso do capote tipo alentejano em homenagem à gastronomia alentejana; um escapulário, amarelo e castanho com debrum doirado do qua pende uma panela de três pés, em bronze. Na gola do capote um crachá em prata, com o emblema oficial e data da fundação e o uso de um chapéu de abas castanho.



Figura 4 – Traje da CGPL
Fonte: http://www.gastronomias.com/confrarias/panela_lume.html



Figura 5 – Crachá da CGPL
Fonte⁸ https://www.gastronomias.com/confrarias/panela_lume.html

9 - A Certificação e definição de um produto

O sistema HACCP¹³, sigla internacional (Hazard Analysis and Critical Control Point) devidamente, implementado promove a segurança alimentar dos produtos, representando algumas vantagens como por exemplo: criar uma cultura de melhoria contínua; garantir a segurança do produto, desde as matérias-primas até ao consumidor; sistema preventivo permitindo um controlo do produto final a um custo razoável e aumentando, assim, a produtividade das empresas; aprovado por organizações internacionais, é um meio efetivo de controlar problemas na produção de alimentos seguros; a documentação associada ao sistema HACCP evidencia que foram reunidos todos os esforços e medidas necessárias para prevenir a ocorrência de problemas; evidencia a conformidade com especificações, códigos de boas práticas e legislação;

Ajuda a consolidar a imagem e a credibilidade da empresa perante os consumidores, aumentando a competitividade tanto no mercado interno como externo; direciona recursos humanos e materiais para os pontos-chave do processo; melhora a relação entre os industriais e os organismos de fiscalização proporcionando um clima de maior confiança. Relativamente às desvantagens do sistema HACCP é necessário perceber que muitas delas não resultam do próprio sistema, mas da forma como este é compreendido e implementado. Uma abordagem incorreta do sistema pode provocar o aumento dos custos e conduzir a uma falsa segurança do produto. Daí preferir-se o termo limitações em detrimento da adjectivação. (JO L139 de 30-04-2004)

Norma ISO 22000.1

As *normas ISO* pretendem elevar os níveis de qualidade, segurança, fiabilidade e eficácia, não só para a satisfação e segurança do consumidor, mas, também, para proporcionar grandes vantagens às empresas, numa vertente económica. As normas contribuem para que o desenvolvimento, a produção e a distribuição dos produtos considerando uma maior eficácia e segurança. Estas normas facilitam, ainda, bastante as transações comerciais entre os vários países, uma vez que fornecem uma boa base técnica para a legislação em termos de saúde, segurança e ambiente (ISO, 2010).

¹³ Fonte: Análise de perigos e controlo de pontos críticos

A ISO²⁴ é uma organização internacional não-governamental, fundada em 1947, com o objetivo de promover o desenvolvimento da normalização no mundo, para facilitar o intercâmbio internacional de bens e serviços. Apesar do termo ISO poder ser associado à denominação da organização na língua inglesa, o termo é utilizado, independentemente do idioma. Com sede em Genebra, a ISO conta com os representantes de institutos de normalização de 157 países, seguindo o princípio de um representante por país. A participação na ISO está aberta aos Institutos Nacionais de Normalização mais representativos do seu país. Cada comité membro tem um voto, independentemente do tamanho do país ou da sua força económica.

Portugal está representado pelo Instituto Português da Qualidade, responsável no âmbito do Sistema Português da Qualidade, pelo desenvolvimento de atividades de Normalização, Metrologia e Qualificação. De acordo com a definição da norma *NP EN 45020:2001* a normalização é a atividade destinada ao estabelecimento, face a problemas reais ou potenciais, de disposições para a utilização comum e repetida, tendo em vista a obtenção do grau ótimo de ordem, num determinado contexto. Consiste, em particular, na elaboração, publicação e promoção do emprego de normas. (Segurança e Qualidade Alimentar n.º 6, 2009).

Atualmente é imprescindível para garantir o padrão de qualidade e segurança nos diversos produtos, processos e/ou serviços. Entre as várias vantagens da normalização destacam-se as seguintes: utilização adequada de recursos; uniformidade do trabalho; melhoria da qualidade; aumento da eficiência da produção; aumento do nível de fiabilidade;

Vantagens económicas para as empresas; segurança de pessoas e bens; proteção dos interesses do consumidor. A Certificação de sistemas de gestão consiste numa estratégia de desenvolvimento das organizações com o objetivo de evoluir, melhorar e ganhar mercado. (JO L139 de 30-042004). Deste modo a certificação surge como um instrumento que permite à empresa demonstrar de uma forma imparcial e credível a sua qualidade, fiabilidade e as performances dos seus produtos. Segundo a Norma Portuguesa *EN 45020:2001* o processo de certificação consiste no conjunto de procedimentos desenvolvidos por uma terceira parte, ou seja, um organismo reconhecido como independente das partes interessadas, para atestar publicamente,

²⁴ Fonte: International Organisation for standardization;

por escrito, que um determinado produto, processo ou serviço está em conformidade com requisitos específicos definidos em normas e/ou especificações técnicas nacionais ou internacionais.

A etapa de ensaios, previamente, realizados à fase de auditoria tem como objetivo verificar a conformidade do sistema implementado na entidade auditada com a norma de referência e recolha de amostras para análise em laboratório. Desta etapa resulta um relatório que funciona como base para elaborar um plano de ações corretivas que permitem eliminar as não conformidades detetadas, funcionam do assim como uma oportunidade de melhoria.

A decisão de concessão da certificação pressupõe que as ações corretivas propostas para a resolução das não conformidades constatadas na auditoria de concessão são adequadas e implementadas com eficácia.

Deste modo, a entidade certificadora atribui o certificado de conformidade, que confere à entidade o direito ao uso de marcas de certificação. A cada certificado de conformidade é atribuído um número e tem a validade de três anos. Não Instrução do Processo Visita Prévia Opcional Ensaios e Auditoria Avaliação dos Resultados Decisão da Certificação Manutenção da Certificação Sim.

Finalmente durante o período de validade do *Certificado de Conformidade*, é realizada, anualmente, uma auditoria de acompanhamento ao sistema da entidade certificada para verificar se a adequabilidade do sistema se mantém - ocorrendo ao fim de três anos uma auditoria de renovação. A certificação ao dispor de um modelo de avaliação universalmente aceite facilita a relação entre diversos mercados, aumenta o grau de confiança dos clientes, funciona como um fator motivador pela melhoria contínua, permite redução de custos, aumento de satisfação dos clientes e conquista novos mercados/clientes.

Para credibilidade de certificação surgiu a *Norma ISO/IEC 17021:2006* que é utilizada na acreditação de sistemas de gestão, o que faz com que a acreditação permita o reconhecimento da competência técnica de uma determinada entidade para executar determinadas atividades de avaliação da conformidade – tarefa de reconhecimento que está a cargo do Instituto Português da Acreditação.

10 - Os Produtos Tradicionais

Os produtos alimentares tradicionais têm vindo a assumir um papel cada vez mais importante uma vez que são um testemunho da memória, um valor que emerge do sabor empírico, apurado pelo engenho, consagrado pelos laços efetivos que nos ligam às nossas origens; uma referência às nossas raízes mais sólidas e uma convocatória aos sentimentos que nutrimos pelos símbolos distintivos da nossa singularidade. De facto, os nossos antepassados foram apurando saberes, afirmando sabores, cuidando de manter reserva nos pormenores, dos segredos milenares que ciosamente foram passando de geração em geração até chegarem aos nossos dias (Almeida, 2009).

Os produtos tradicionais também são denominados de produtos com história, pois constituem e fazem parte da história social de uma determinada cultura. Vindos de um tempo mais ou menos longínquo, através de gerações que os foram produzindo e recriando, esses produtos marcam um processo que reúne relações sociais e familiares num encontro entre saber e a experiência; portanto, a produção desses alimentos é, ainda, uma arte construída ao longo do tempo através da tradição familiar (Zuin, 2008).

Por sua vez, Ribeiro e Martins (1995) afirmam que os produtos tradicionais são únicos pelas suas matérias-primas, pelos conhecimentos aplicados, bem como pelos usos e práticas de produção, consumo e de distribuição e que na atualidade recebem, entre outras, as denominações de produtos locais, tradicionais, artesanais ou regionais.

Bernat (1996) considera como produtos tradicionais aqueles que persistem no tempo, que sempre se fizeram em determinado lugar, de uma determinada maneira e que conservam, em maior ou menor grau, as características que os definem quanto ao seu aspeto, textura e sabor. Ou seja, para a autora os produtos tradicionais são produtos portadores de elevado conteúdo simbólico e cultural, associado a maior parte das vezes, à ruralidade, à natureza, à nostalgia de um tempo passado, a um desejo de pertença a uma dada região, de enraizamento, de um certo regionalismo, ao prestígio e ao prazer, à fé e religião e às suas comorações e manifestações.

Em resumo, os produtos tradicionais são produtos únicos que refletem a cultura, identidade e história do povo que os produz, que se materializa na estreita ligação com a sua origem geográfica, matérias-primas utilizadas, modo de produção, saber fazer, tradição e permanência ao longo dos tempos. Nesta perspetiva, os produtos tradicionais não devem ser entendidos apenas como um simples alimento.

Fazendo uma abordagem numa perspetiva jurídica/legal no âmbito Regulamento (CE) N° 2074/2005¹⁵ da comissão, de 5 de dezembro, entende-se por «alimentos com características tradicionais» os que nos Estados Membros (Sem) onde são fabricados tradicionalmente, são:

- a) Reconhecidos historicamente como produtos tradicionais; ou
- b) Fabricados de acordo com referências técnicas codificadas ou registadas ao processo tradicional, ou de acordo com métodos de produção tradicionais; ou
- c) Protegidos como produtos tradicionais por legislação comunitária, nacional, regional ou local.

11 - A Valorização dos produtos tradicionais

Há produtos alimentares que, por se distinguirem dos produtos correntes, começaram a ser designados pelos nomes das terras, regiões ou locais onde são produzidos, ou seja, a indicação da sua origem passou a fazer parte integrante do seu nome para o tornar bem distinto e bem mais apetecido pelo consumidor. E muitas vezes foram os próprios consumidores os responsáveis por essa “designação”, para referenciar tais produtos e distinguirem dos produtos correntes e vulgares (Soeiro, 2006).

A associação do nome do local ou região de origem como forma de valorização dos produtos foi persistindo ao longo do tempo sem qualquer regulação, mas quando um produto adquire uma reputação tal que chega a ultrapassar fronteiras é possível que no mercado se tenha de confrontar com produtos copiados ou que ao utilizarem o mesmo nome, usurpando-o e fazendo uma coocorrência desleal, induzem o consumidor em erro e desencoraja os produtores (Ribeiro, 2011).

¹⁵Fonte: (JOUE; L 338 (2005-1222) :P. 27-59).

Estas situações conduziram à necessidade da instituição de mecanismos de proteção contra a utilização abusiva e usurpação do nome desses produtos.

Como exemplo podemos constatar que foi precisamente uma destas situações que esteve na origem da criação de mecanismos de proteção do vinho do porto e ao surgimento da região demarcada do Douro. A crescente procura por parte do mercado inglês, o aumento dos preços do vinho do porto e uma sucessão de maus anos agrícolas em meados do Séc. XVIII potenciaram situações de fraude e adulteração daquele produto. Esta situação de várias medidas por parte do Marquês de Pombal, então ministro do rei D. José, entre as quais se destaca a demarcação do espaço físico da região. Para o efeito, foram colocados marcos de granito ao longo das linhas divisórias. Inicialmente foram colocados 201 marcos e posteriormente efetuadas algumas correções acrescentando mais 134 marcos. Assim nasceu a primeira região demarcada do mundo, a qual incluída um sistema de classificação de parcelas de vinha e uma hierarquização dos vinhos produzidos (Martins, 2000; Moura, 1999).

Apesar da ideia e sua concretização jurídica remontar ao séc. XVIII. Justamente ao regime pombalino, foi em França que o conceito de “Denominação de Origem” se desenvolveu e sedimentou da Lei 6 de maio de 1919 (Moreira, 1998).

A entrada de Portugal na União Europeia (EU) constitui um marco importante no que concerne à adoção de medidas que procuram inverter a tendência de declínio do mundo rural, causando pela crise do modelo de desenvolvimento da política agrícola comum até então assente numa filosofia produtivista, que conduziu ao aumento da produtividade, á intensificação e especialização dos sistemas de produção, á homogeneização dos produtos, a excedentes em determinados produtos agrícolas, à queda dos rendimentos dos agricultores e sobretudo ao abandono e desertificação das regiões rurais mais desfavorecidas (Tibério, Cristóvão e Abreu, 2008).

Por outro lado, instituída a livre circulação de bens nos diversos países do espaço da EU, assistiu-se à proliferação de bens de diferentes origens ao nível dos países da EU.

A par desta situação, conforme referido no preâmbulo do Regulamento (CEE) n°2081/92¹⁶, verifica-se também a tendência por parte dos consumidores no sentido de privilegiarem na sua alimentação a qualidade em detrimento da quantidade.

Assim, atendendo à importância que os produtos de origem agropecuários assumem no seio da economia dos países que compõem a Comunidade Europeia, desde logo houve necessidade da reorientação da política agrícola comum no sentido de favorecer a diversificação da produção agrícola a fim de obter um melhor equilíbrio entre a oferta e a procura no mercado.

Em 1992, no âmbito desta orientação da política agrícola comum, a EU desenvolveu importantes instrumentos onde proteção e valorização de produtos agroalimentares e géneros alimentícios, designadamente, através dos regulamentos (CE) 2081/9211 e 2082/922, que constituíram importantes pilares da política europeia de qualidade visto que preveem a proteção das denominações dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (Tibério e Cristóvão, 2001).

Estava então criado o Sistema Europeu de Proteção e Qualificação de Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios: Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP). Foi também criada o sistema europeu de valorização da especificidade de certos produtos agrícolas e de certos géneros alimentícios, tendo em conta forma tradicional da sua produção ou composição: a Especialidade Tradicional Garantida (ETG).

12 - Os Conceitos Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Especialidade Tradicional Garantida (ETG).

Nos termos do Regulamento (EU) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e géneros alimentícios entende-se por:

- **Denominação de Origem Protegida (DOP)**, uma denominação (nome) que identifique um produto:
 - a) Originário de um local ou região determinados, ou, em casos excecionais, de um país;
 - b) Cuja qualidade ou características se devam essencialmente ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os seus fatores naturais e humanos;

c) Cujas fases de produção tenham todas lugar na área geográfica delimitada.

- **Indicação Geográfica Protegida (IGP)**, uma denominação (nome) que identifique um produto:

a) Originário de um local ou região determinados, ou de um país;

b) Que possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica;

c) Em relação ao qual pelo menos uma das fases de produção tenha lugar na área geográfica delimitada.

Conforme já foi referido, desde o Regulamento (CEE) nº 2081/92¹⁷ e atualmente com o Regulamento 1151/2012¹⁸, são extinguidos dois níveis de referências geográficas: a DOP e as IGP. Neste momento, para uma melhor compreensão, importa estabelecer a diferença entre estas duas designações.

Das definições supra referenciadas podemos distinguir duas dimensões:

- Grau de relação causal entre os fatores naturais e/ou humanas do meio geográfico e as características e qualidades do produto.

- Local de ocorrência das fases de produção do produto.

O principal elemento de diferenciação entre ambas designações DOP e IGP consiste no grau de ligação existente entre o produto e a área geográfica. No caso das DOP só é admissível o estabelecimento de uma relação direta entre o meio geográfico e as características e qualidades do produto, ou seja, pretende-se a comprovação de que o meio geográfico – incluindo neste conceito os fatores naturais e os humanos – é o elemento que exerce influência direta na qualidade e características do produto. Já no caso das IGP é suficiente estabelecer uma relação causal entre o meio geográfico com uma qualidade, características ou reputação do produto. Neste caso o tipo de relação entre a qualidade e características do produto e o meio geográfico de proveniência é menos incisiva e não é tão direta.

¹⁷ (JOUE; L 208 (1992-07-24): P.18).

¹⁸ (JOUE; 343 (2012-12-24): P.1 29).

Quanto ao local de ocorrência das fases de produção no caso dos produtos DOP é exigível que todas as fases de produção ocorram na área geográfica delimitada. No caso dos produtos IGP apenas é exigível que uma das fases ocorra na área geográfica delimitada. Assim é notório que a relação entre o meio geográfico e o produto no caso da DOP é muito mais “forte” e marcada, enquanto nos casos dos produtos IGP a relação entre o meio geográfico e o produto é mais ténue.

- **Especialidade Tradicional Garantida (ETG)**, uma denominação (nome) que identifique um produto ou género alimentício que:
 - a) Resulte de um modo de produção, transformação ou composição que correspondam a uma prática tradicional para esse produto ou género alimentício;
 - b) Seja produzido a partir de matérias-primas ou ingredientes utilizados tradicionalmente;

Para ser registada como ETG, a denominação deve ter sido tradicionalmente utilizada para fazer referência ao produto específico ou designar o carácter tradicional ou a especialidade do produto.

No caso das ETG, a definição constante do regulamento não faz qualquer alusão à origem o produto, apontando como elementos primordiais a especificidade do produto¹⁸ e/ou seu carácter tradicional¹⁹.

Segundo Tibério, Cristóvão e Abreu (2008, p.5) é estranho que o regulamento relativo às ETG não faça referências à origem como fator de reconhecimento e de proteção. Na medida em que a origem não deve ser entendida apenas como um mero espaço geográfico, mas também um espaço cultural e histórico. No entanto, caso fosse feita referência à origem geográfica cair-se-ia no âmbito de aplicação e, sobretudo, no conceito de Denominação de Origem (DO) ou de indicação Geográfica (IG) (Soeiro, 2012a, p.42 e Soeiro 2012b, p.12).

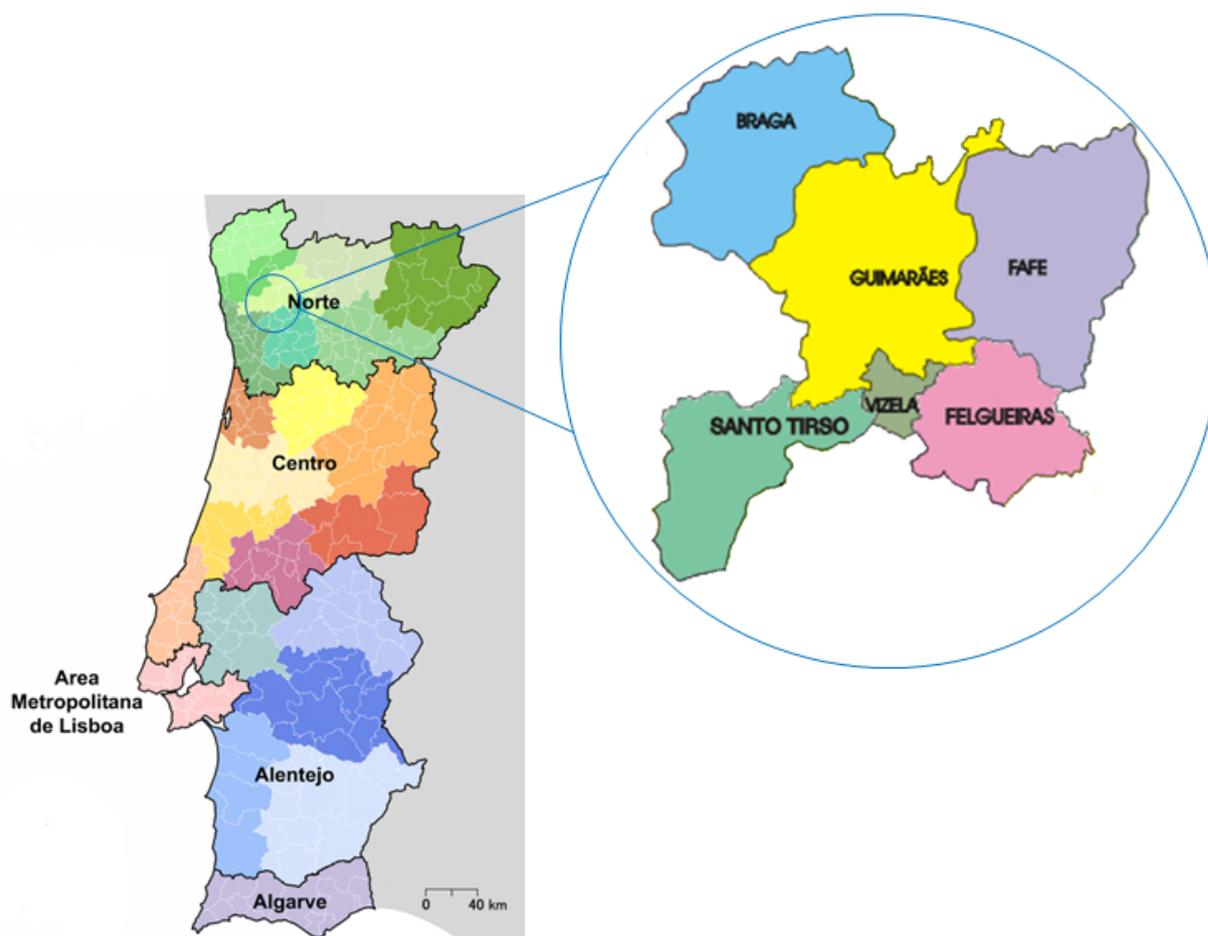
¹⁸ Entende-se por especialidade em relação a um produto, nos termos do n.º 5 do artigo 3º do Regulamento (UE) 1151/2012, os atributos de produção característicos que permitem distingui-lo claramente de outros produtos similares da mesma categoria.

¹⁹ Entende-se por tradicional nos termos do nº3 do artigo do Regulamento (UE) 1151/2012, utilização no mercado nacional comprovada por um período que permite a transmissão entre gerações; este período deve ser de, pelo menos, 30 anos.

13 - Caracterização geral da área de estudo, território

O presente trabalho de investigação irá, essencialmente, basear-se no património da doçaria do médio Ave e um breve resumo do seu contexto territorial, localizado no Minho, a norte de Portugal – Mapa 2.

Pretende-se, com este capítulo, uma apresentação geral dos municípios de Vizela, Santo Tirso, Braga, Felgueiras, Guimarães e Fafe tendo em linha de conta o contexto territorial, administrativo e institucional. Ainda dar conta das variáveis como a população, a economia, o património monumental, os recursos e produtos turísticos. Num segundo capítulo serão abordados os Doces Conventuais da região em estudo, como também a sua origem, passagem de geração e histórias familiares, fabrico e o seu consumo.



Mapa 2 - Localização da sub-região do Ave
Fonte: Elaboração própria (2020)

O Médio Ave

Um Património histórico e cultural tão rico. As suas tradições, a gastronomia, a arte de bem receber. A relevância da indústria e o seu contributo para o emprego, a capacidade produtiva e as exportações nacionais. A Força dos ecossistemas e dos espaços de grande valia ambiental. Uma atitude enraizada de preservação da natureza e de incorporação do valor da sustentabilidade. O potencial do turismo e o seu contributo para gerar economia de base local, fixar as populações e afirmar o território. A heterogeneidade territorial, assumida como uma das suas forças. Os seus recursos endógenos que são a marca da autenticidade de um território genuíno. As Pessoas, o centro de todas as atenções é uma das forças mais relevantes do território do Ave. Em particular os jovens, cujo peso relativo na estrutura populacional é tão relevante. O Ave é Jovem.”²⁰(citação - Manuel José Torcato Soares Baptista - Presidente Conselho Intermunicipal da Comunidade Intermunicipal do Ave)

Sendo uma região em crescimento de procura, devido às suas grandes riquezas Patrimoniais e culturais, tem sido feita uma grande aposta na requalificação e recuperação de Quintas ou edifícios históricos - sejam em zonas urbanas ou agrícolas. Estas iniciativas acabam por criar espaços adicionais de lazer, de desporto ou de Gastronomia.

Nesta região tem-se vindo a criar e ampliar respostas de alojamento (hotéis rurais, agroturismo) e serviços turísticos (restaurantes, salas de provas, spas). Ainda se destaca o surgimento constante de Feiras Gastronómicas, Feiras Conventuais e Artesanais, enaltecendo a longa história dos seus produtos regionais quer sejam alimentares, artesanais ou culturais.

²⁰Fonte: <https://www.norte2020.pt/sites/default/files/public/uploads/programa/>

14 - Autarquias pertencentes ao Médio Ave

VIZELA



Mapa 3 - Enquadramento Territorial de Vizela
Fonte: ([https://pt.wikipedia.org/wiki/Vizela#/media/Ficheiro: Vizela](https://pt.wikipedia.org/wiki/Vizela#/media/Ficheiro:Vizela))

Vizela é uma cidade com sede de um concelho do Distrito de Braga, região do Norte e sub-região do Ave, com cerca de 12 700 habitantes, com 24,70 km² de área [2] e 23 736 habitantes (2011, [3]), subdividido em 5 freguesias. [4] O município é limitado a norte e a Oeste pelo município de Guimarães, a oeste por Santo Tirso a leste por Felgueiras e a Sul por Lousada. (cm. Vizela).

A história de Vizela nasceu no rio com nome idêntico e foi à sua volta que começaram a surgir as primeiras populações.

Considerando que as margens do rio eram muito férteis e com grande capacidade agrícola, as populações que se foram fixando dedicavam-se em exclusivo ao cultivo dos campos, até ao século XIX.

Uma das grandes transformações dos Romanos foi a descoberta das águas termais, com capacidades únicas no tratamento de determinadas doenças, entre as quais o reumatismo e as afeções das vias respiratórias. Desta forma foi construído, a partir do século I A.C. uma espécie de complexo termal.

Um local onde os mais diversos grupos sociais da época passavam horas de lazer e tentavam encontrar as curas para os seus males. Assim se registava uma vida diferente, além da agricultura nesta região.

Em 1785, iniciou-se a construção, no sítio da Lameira, de uma barraca coberta de colmo, que iria constituir as primeiras instalações das termas de Vizela. Devido à grande afluência foram construídas algumas barracas em pedra no século XIX e foi dada autorização régia para a construção dos banhos. As atuais instalações termais começaram a ser construídas em finais do século XIX. Com o aparecimento da *Companhia dos Banhos*, a povoação cresce e com ela renasce a consciencialização autónoma da população, que estava enfraquecida há vários séculos.

Em 1914 a indústria têxtil (nomeadamente o tecido de seda, de algodão e linho) era a principal atividade económica de Vizela. A indústria mecânica, da serração de madeira e a do pão-de-ló (o famoso Bolinho) também estavam desenvolvidas.

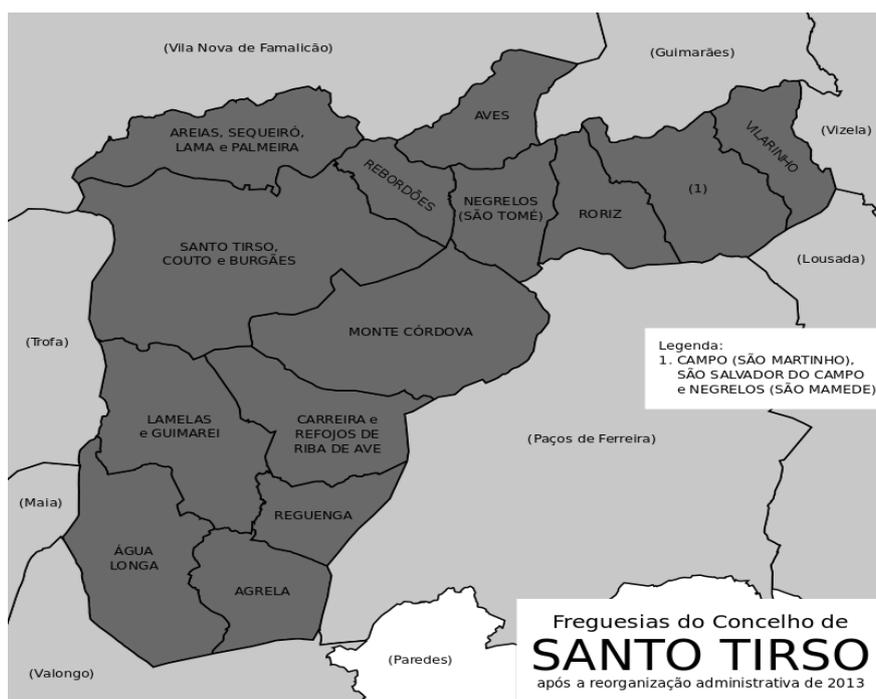
A historiadora Maria José Pacheco (nascida na vila vizelense) diz, mesmo, que a estância termal era uma espécie de *cauteret's portuguesa* que reunia condições para "ombrear com as congéneres francesas dos Pirinéus" ("Margens do Vizela, maio 2007). Aos hotéis, juntavam-se serviços como a farmácia, os correios e o telégrafo. Contudo, a maior concorrência acontecia entre as unidades hoteleiras que para cativar os turistas faziam contratações, à época milionárias, para terem os melhores cozinheiros. Os doces, esses, vinham sempre das doceiras do costume, as mulheres da Família Ferreira.

Santo Tirso

O Município de Santo Tirso integra-se na Área Metropolitana do Porto, ocupando uma área geográfica de transição entre o Grande Porto, o Vale do Ave e o Vale do Sousa, com uma área de 132,6Km² (cm Tirso) e 71 530 Habitantes. É limitado pelos municípios de Vila Nova de Famalicão e Guimarães a norte, por Vizela, Lousada e Paços de Ferreira a este, por Valongo a sul e pela Trofa e Maia a oeste.

Desde a reorganização administrativa de 2013, que procedeu à agregação de várias freguesias, o Município passou a ser constituído por 14 freguesias.

Os vales do Ave e Vizela a norte, o vale do Leça a sul e a serra da Assunção a nascente caracterizam a morfologia do território municipal.



Mapa 4 – Enquadramento territorial de Santo Tirso

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Santo_Tirso#/media/Ficheiro:Santo_Tirso_freguesias_

O Mosteiro de São Bento fundado por D. Unisco Godiniz e Abunazar Lovesendes, primeiro senhor da Maia e ancestral desta família, em 978, conforme documento publicado por D. António Caetano de Sousa. O Mosteiro véu também a pertencer à Ordem Benedita, existente em Portugal.

O Convento de Santa Escolástica

Este moderno edifício alberga uma Comunidade Religiosa de Santa Escolástica, constituída por freiras que, para além, do recolhimento dedicam-se ao fabrico de doçarias. O edifício encontra-se implantado cerca de 200 metros após a Igreja Românica de S. Pedro de Roriz. Classificado como Monumento Nacional, caracteriza-se por uma arquitetura tipicamente novecentista.

A data da fundação deste mosteiro é de 1935, apresentando uma planta quadrangular. Contudo, o edifício, com dois pisos e rés-do-chão, não se encontra acabado e a sua última intervenção foi na década de 1950.

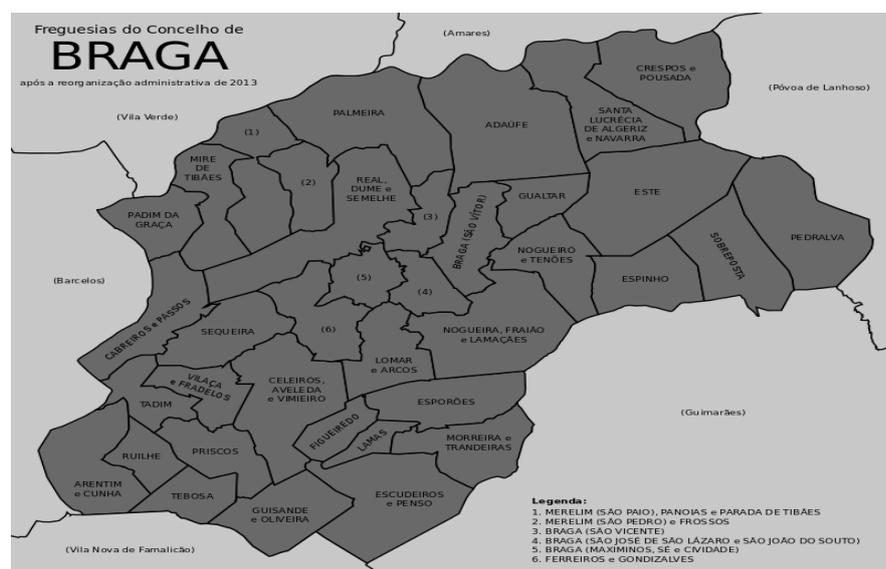
A designação correta para os membros desta ordem é monjas beneditinas da Rainha dos Apóstolos e o convento apresenta, atualmente, apenas 19 Irmãs - em sequência da morte

de muitas nos últimos anos.

Braga

Braga é uma cidade portuguesa situada ao Norte de Portugal, com uma área total de 54 km² e uma população de 126 710 habitantes (2011). É sede dum município com 37 freguesias e uniões de freguesias, 183,4 km² de área e uma população de 189 331 habitantes (2011), sendo o centro do Minho, com mais de um milhão de habitantes. Possui uma história bimilenária que se iniciou na Roma Antiga, quando foi fundada em 16 a.C. como Bracara Augusta em homenagem ao imperador romano Augusto (r. 27 a.C. –14 d.C.).

Foi capital da Galícia, de onde irradiavam 5 Vias Romanas com um vasto território que ia desde o norte do Douro até ao Cantábrico. Após conquistas e reconquistas de vários povos, o rei de Leão, D. Afonso I, doou-a como dote à sua filha D. Teresa, aquando do seu casamento com o Conde D. Henrique de Borgonha.



Mapa 5 – Enquadramento Territorial de Braga

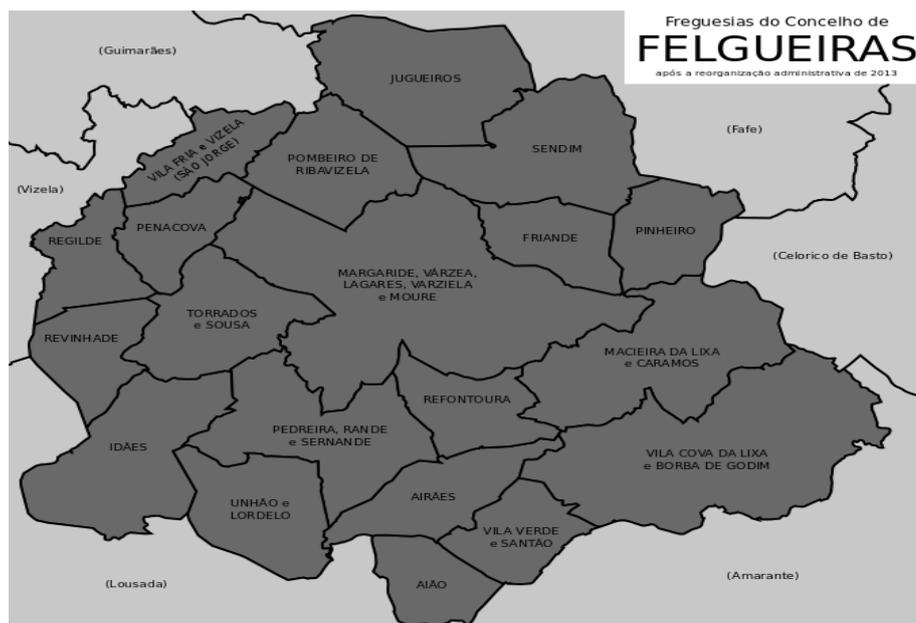
Fonte - https://pt.wikipedia.org/wiki/Braga#/media/File:Braga_freguesias_2013.svg

A longa história de Braga é visível nos seus monumentos e igrejas. Destacando-se a Catedral uma vez que reúne vários estilos, do romano ao barroco e as suas esplêndidas casas do século XVIII. O Santuário de Nossa Senhora do Sameiro está localizado na freguesia de Espinho, em Braga. A sua história remonta a 14 de junho de 1863, quando o Padre Martinho António Pereira da Silva, vigário da cidade, iniciou a sua construção. Atualmente, é o segundo maior centro de devoção mariana em Portugal, pelo que é local

Felgueiras

O Município de Felgueiras localizado na parte superior do Vale do Sousa abrange cerca de 116 Km², repartidos por 20 freguesias. É limitado a Norte por Fafe e Guimarães, a Sul por Lousada e Amarante, a Poente por Vizela e a Nascente por Celorico de Basto. É constituído por quatro centros urbanos: a Cidade de Felgueiras, a Cidade da Lixa, a Vila de Barrosas e a Vila da Longra

Felgueiras tem 58 065 habitantes, de acordo com os Censos de 2011, sendo um dos concelhos com a população mais jovem do país e da Europa. Marcada pela invulgar capacidade empreendedora do seu povo, é responsável por 50% da exportação nacional de calçado, por 1/3 do melhor Vinho Verde da Região e por um valioso património cultural. Felgueiras assume-se assim como um dos municípios com maior desenvolvimento do Norte do País.



Mapa 6 – Enquadramento Territorial de Felgueiras
Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Felgueiras>

O património monumental do concelho é rico e diverso sendo de realçar no presente e entre outros o que se integra na Rota do Românico do Vale do Sousa: Mosteiro de Pombeiro, Igreja de Airães, Igreja de Sousa, Igreja de Unhão e a Igreja de S. Mamede em Vila Verde.

Os bordados são uma das mais ricas tradições do concelho e emprega cerca de 2/3 das bordadeiras nacionais. O filé ou ponto de nó, o ponto de cruz, o bordado a cheio, o richelieu e o crivo são exemplos genuínos do produto artesanal de verdadeiras mãos de fada. Destacam-se, também, os sabores autênticos da gastronomia, a frescura e intensidade dos aromas dos vinhos e o ambiente de grande animação. Dando corpo a essa riqueza foi constituída a *Confraria do Vinho de Felgueiras*, destinada a divulgar e defender o vinho e a gastronomia felgueirenses.

Guimarães

O Concelho de Guimarães fica situado no Distrito de Braga, pertence à sub-região do Vale do Ave (NUT III), limitado a norte e noroeste pelos concelhos de Póvoa de Lanhoso e Braga, respetivamente, a sudoeste por Santo Tirso, a sul e sudoeste por Felgueiras e Vizela, a nascente pelo concelho de Fafe e a poente por Vila Nova de Famalicão. Com uma população de 54 097 habitantes, repartidos por uma malha urbana de 23,5 km², em 20 freguesias e com uma densidade populacional de 2223,9 hab./Km².



Mapa 7 – Enquadramento Territorial de Guimarães

Guimarães é considerada a cidade berço de Portugal uma vez que foi aqui que nasceu Afonso Henriques, que viria a ser o primeiro rei de Portugal.

Associado à formação e identidade de Portugal, o centro histórico de Guimarães foi classificado como Património Mundial pela Unesco, com base nos valores de originalidade e autenticidade com que foi recuperado.

A cidade, ainda hoje, possui um conjunto patrimonial harmonioso e preservado que se mostra em graciosas varandas de ferro, balcões e alpendres de granito, casas senhoriais, arcos que ligam ruas estreitas, lajes do chão alisadas pelo tempo, torres e claustros. Por momentos é possível regressar a um cenário medieval, onde a nobreza foi construindo as suas moradias como a casa Mota Prego, o Palácio de Vila Flor, do Tournal e tantos outros que dão a Guimarães uma atmosfera única.

Guimarães apresenta-se, assim, como uma cidade de origem medieval, cujas raízes remontam ao século X. Foi a Condessa Mumadona Dias, viúva de Hermenegildo Mendes, que mandou construir um mosteiro que se tornou num Pólo de atração e deu origem à fixação de um grupo populacional. Paralelamente e para defesa do aglomerado, Mumadona construiu um castelo, a pouca distância na colina, criando assim um segundo ponto de fixação. A ligar os dois núcleos formou-se a Rua de Santa Maria.

Posteriormente, o Mosteiro transformou-se em Colegiada e adquiriu grande importância devido aos privilégios e doações que reis e nobres lhe foram concedendo. Tornou-se num afamado Santuário de Peregrinação e de todo o lado acorriam crentes com preces e promessas.

Fafe

O concelho de Fafe localiza-se no norte do país, no distrito de Braga, de onde dista 42 km, a 68 km do Porto e 380 km de Lisboa. A nível de acessibilidades, o concelho é servido por uma autoestrada, a A7, e por uma variante de ligação a Guimarães – Mapa 8.

O concelho de Fafe é constituído, no seu todo, por 25 freguesias e apresenta uma densidade populacional que ronda os 227, 1 hab/ Km². Com uma área de 219,08 Km², o número de habitantes é de 50 633.



Mapa 8- Enquadramento Territorial de Fafe

Fonte https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Fafe_freguesias_2013.svg

Conhecida como a Sala de Visitas do Minho, Fafe situa-se entre as margens dos rios Vizela e Ferro e é reconhecida pela sua gastronomia, património e belezas naturais. (cm Fafe).

Tal como qualquer outro concelho do Vale do Ave, Fafe teve grande propensão para a emigração. Na realidade o século XIX marcou as terras de Fafe, sobretudo com a forte incidência emigratória para o Brasil, na época a terra mais apropriada, à procura de fortuna. Muitos destes emigrantes transportariam para Fafe as suas economias aplicando-as na construção de belos edifícios e palacetes. O maior exemplo disso é o Hospital São José de Fafe.

Para os visitantes e amantes da cultura é possível encontrar cidade inúmeros palacetes. A arquitetura brasileira é um dos traços marcantes no urbanismo da cidade de Fafe e é um dos mais queridos e aliciantes ex-libris.

A *Justiça de Fafe* é um dos maiores símbolos referenciais, embora controverso, desta cidade. É para muitos o verdadeiro *ex-libris de Fafe*, que percorre o país de lés a lés.

José Augusto Vieira escreveu realçando, na sua obra *O Minho Pittoresco* de 1887, o carácter de uma justiça popular “Olhe, meu caro, esta boa terra de Fafe é assim: pão pão, queijo queijo; portuguesa de lei, hospitaleira, franca até à rudeza e capaz também de pôr um bom cacete de cerquinho, na sua justiça deles, onde el-rei não haja posto a sua própria.”. Como tal não podia deixar de haver um monumento evocativo dessa tradição, localizado junto do edifício do Tribunal da cidade.

15 - A Gastronomia – Doces Conventuais do Médio Ave

A Gastronomia²¹ do Médio Ave é um ponto fulcral deste trabalho, especificamente os seus Doces Conventuais confeccionados com cuidados temperados, elaborados segundo receitas que pertencem a diversas gerações de famílias minhotas ou que integram os saberes Conventuais, preparada com os muitos deliciosos produtos locais. A Gastronomia do Minho é rica e apetitosa refletindo a sua história e as tradições da região. A cativante culinária minhota permite uma viagem aos aromas e sabores da infância, feita de aconchegantes refeições, compostas por sopas fumegantes, por broas e pães estaladiços, por pratos de peixes que exibem a sua frescura, por carnes tenras e por sobremesas gulosas de origem Conventuais. O Minho sempre aproveitou estes atributos para a criação de paladares que perduram na memória e no palato e se desejam sempre repetir.²² (Cit. in Amar o Minho p.22).



Mapa 9 - Localização da sub-região do Ave com os Doce Conventuais
Fonte: <https://www.minhoin.com/fotos/editor2/brochuraamarominho.pdf>
Fonte: Elaboração própria (2020)

Vizela

O pão-de-ló quadrado de Vizela e a família que sempre o fabricou

Ao lado dos hotéis prosperavam os edifícios para banhos, hospitais, casas de chá - onde eram servidos com todo o requinte, o chá e os "bolos secos" de Joaquina Pedrosa Ferreira



Fig. 6 - O Bolinhol de Vizela
Fonte: <https://www.vizela.pt/vizela-bolinhol2/>

Sem mãos a medir na confeção de bolos secos para os turistas, a doceira Joaquina conhece, nas termas, um cozinheiro espanhol que, aproveitando a época balnear, veio trabalhar para a cozinha de um dos muitos hotéis vizelenses. E é este homem, supostamente galego, que incentiva a primeira mulher da família Ferreira a fazer coisas novas.

O pão-de-ló coberto por uma calda de açúcar (Ponto Leve) logo a saída do forno, quadrado das Caldas de Vizela é quase uma história de amor vivida por quatro gerações de mulheres de uma família local. Tal como o novo concelho, a família Ferreira viveu o apogeu e a decadência daquelas que já foram as termas da alta sociedade portuguesa. Seguem-se as histórias paralelas de um bolo e de umas termas, bem como umas receitas.

A história do pão-de-ló das Caldas de Vizela conta-se no feminino e é tão peculiar que até o nome do tradicional doce de ovos foi mudado para "Bolinhol" Figura 6.

Intimamente ligado ao crescimento das Termas de Vizela, o "Bolinhol" ficou conhecido em todo o país e no estrangeiro, graças aos que depois de um tratamento termal não dispensavam o pão-de-ló retangular e coberto com uma calda de açúcar especial. Com mais de cem anos de vida, a criação e a evolução do "doce de Vizela" está agora contada no livro *O pão-de-ló de Vizela, a arte da doçaria e D. Maria da Conceição da Silva Ferreira*, de Eduardo Pires de Oliveira e Maria de Fátima Salgado.

Escrito para contar a história do "Bolinhol" o livro é, ainda, uma forma de comemorar o octogésimo aniversário da doceira Conceição da Silva Ferreira, a herdeira da terceira geração de mulheres que dedicaram a sua vida a melhorar o pão-de-ló e a inventar novos doces.

Já com mais de cem anos, a primeira receita de "Bolinhol" foi registada por Joaquina Pedrosa Ferreira da Silva, especialista na arte de fazer doces de gema que, depois, eram vendidos numa cesta envolta em toalhas de linho nas festas religiosas um pouco por toda a região do Minho. Era, também, ela que vendia as passarinhas, as cavacas, os melindres e os sardões - biscoitos secos feitos á base de farinha, ovos, açúcar e passados por uma calda de açúcar em ponto de estrada que, ainda hoje, fazem parte dos gostos dos

O pão-de-ló coberto por uma calda de açúcar em ponto era enviado pelos correios. Maria de Fátima Ferreira Salgado, da quarta geração das mulheres do “Bolinhol”, lembra em declarações à Pública 2001 "Ainda me lembro das marteladas que apanhava nos dedos quando estava a embalar os doces" (Cit. D. Maria da Conceição da S. Ferreira).

Sem a eficácia e a simplicidade das atuais encomendas postais, o pão-de-ló coberto era, carinhosamente, embrulhado em papel vegetal e enfiado dentro de caixas de madeira, fechadas na própria confeitaria que depois eram enviadas para todo o país. Por certo, o maior desgosto que Maria da Conceição deu à mãe foi ter embarcado para o Brasil o que deixou os pais e os irmãos empenhados na arte do "Bolinhol".

"Kibom" é o atual nome da pastelaria familiar localizada numa das principais ruas vizelenses, vem mesmo dessa época. Maria da Conceição da Silva Ferreira explica que "Quando fazia 'Bolinhol' para o ministro Octávio Murgel de Resende ele comia o pão-de-ló e dizia 'qui bom, qui bom'. E o nome foi ficando" (Maria da Conceição da Silva Ferreira). De regresso a Portugal, já em Lisboa, a doceira foi convidada, nos anos sessenta, para confeccionar pão-de-ló para as Noivas de Santo António.

Hoje, aos oitenta anos, na doçaria gerida pela filha Maria de Fátima é, ainda, possível ver a experiente doceira de colher de pau na mão a cobrir o "Bolinhol". Mas há hábitos que persistem desses tempos áureos e que, ainda, fazem parte da gastronomia local, nomeadamente receitas inventadas para dar uso aos desperdícios do Bolinhol. Como o bolo quase só gasta gemas de ovos, os residentes tratavam de comer as claras cozidas com bacalhau e batatas ou, então, em enormes "pastelões" (claras e farinha) fritos com sardinhas pequenas.

Santo Tirso

Família Moura e os seus 125 anos

A Pastelaria e Confeitaria Moura nascem em 1892, sendo conhecida pela produção de uma enorme variedade de iguarias de receita ancestral, sendo os Jesuítas a sua grande

especialidade, cuja receita é guardada religiosamente há 125 pela família.

Luísa e Fernanda Pelayo, irmãs, Alda Moura, prima, e Francisco Pinheiro, primo, constituem a atual gerência e já narraram a história da Confeitaria Moura vezes e vezes sem conta cujo negócio começou pelos doces de romaria feitos pela bisavó e com a

abertura de um negócio após o casamento com o bisavô Joaquim – relembra um dos descendentes. (janeiro 2017 – Portugal em Destaque).

Um negócio de família que foi crescendo, onde o Avô Guilherme terá procurado aumentar a sua formação e daí ter procurado especializar-se numa confeitaria do Porto.

Auxiliados, ainda, com a contratação de um pasteleiro espanhol que se crê que fosse proveniente de Bilbau – local onde existem jesuítas parecidos com os que comercializam e com os que eram feitos nos conventos.

Foi com este pasteleiro que ganharam a receita da massa folhada que faz parte dos jesuítas e limonetes. Assumem-se como diferenciadores pois continuam a fazer doces tradicionais e não utilizam qualquer ingrediente pré-feito ou pré-cozinhado e utilizam, apenas, matéria-prima fresca. Abaixo as figuras exemplificativas do referido doce



Fig. 7 - Jesuítas da Família Moura
Fonte: www.confeitariamoura.pt



Fig. 8 – Jesuítas da Família Moura
Fonte: www.confeitariamoura.pt

A origem deste doce está ligada à Companhia de Jesus e os seus monges conhecidos como jesuítas, sendo assim visto como um doce conventual. A sua ligação provém, da sua

cobertura se assemelhar aos trajes usados pelos monges jesuítas. Outras fontes associam o seu aparecimento ao tal pasteleiro espanhol que trabalhou na Confeitaria Moura. Acredita-se que este pasteleiro terá trabalho anteriormente numa comunidade de padres jesuítas em Bilbao. Não obstante as suas origens, a verdade é que os jesuítas fazem parte, atualmente, da típica doçaria portuguesa.

Braga

A história do pudim Abade de Priscos

Os mistérios de um doce interdito a vegetarianos sendo o seu criador Manuel Joaquim Machado Rebelo, mais conhecido como Abade de Priscos da freguesia de Santiago de Priscos, em Braga.

Este abade considerado um dos melhores cozinheiros do século XIX, nasceu em Santa Maria de Turiz (Vila Verde) em 1834 e faleceu em 1930, tendo servido a paróquia de Priscos durante 47 anos. Além dos dotes culinários pelo que ficou famoso, era, ainda, conhecido por ser habilidoso a passar a roupa, a costurar e a bordar.



Fig. 9 – Pastor de Almas e Fogões, Padre Manuel Rebelo
Fonte: Confraria do Pudim Abade de Priscos

Além de exercer o sacerdócio com dedicação e sensibilidade era, também, o dinamizador de um grupo de teatro amador – Pastor de Almas e Fogões, Padre Manuel Rebelo paróquia – figura 9. Era neste grupo de teatro que ensaiava os jovens, fazia cenários e figurinos para peças e também as representava. O pároco era requisitado para organizar os repastos, fossem eles de casamentos, jantares de gala, cerimónias privadas ou mesmo um banquete para a casa real.

Apesar dos seus muitos dotes, foi o seu pudim que o imortalizou. Doce que, ainda, hoje é considerada uma das iguarias mais deliciosas do país, representando ao mais alto nível a região do Minho. O doce pudim abade de Priscos tem, atualmente, uma confraria cuja missão é preservar a receita original do pudim bem como outras deixadas pelo abade.

De entre os vários episódios representativos da importância deste abade e das suas produções culinárias está o relato do El-Rei D. Luís. Terá sido quando o Rei e a família real visitavam o norte do país a propósito de um evento gastronómico que ficou a cargo do abade. Impressionado com a qualidade dos pratos, El-Rei D. Luís quis conhecer e felicitar o cozinheiro e quis saber de que eram feitas certas iguarias. Desse encontro diz-se que El-Rei indagou acerca de um ingrediente que o abade identificou como sendo palha. Espantado com a resposta, o monarca perguntou se achava bem servir palha ao rei. Ao que o abade respondeu que tudo dependia da forma como ela era servida evidenciando, deste modo, os seus afamados dotes culinários.

A audácia de usar palha como ingrediente ia além do gesto provocatório e demonstrava que o abade era um cozinheiro estudioso e à frente do seu tempo. A utilização de palha como ingrediente seja em pó, inficionado num Creme Brûlée ou a aromatizar um óleo. Uma tendência que deslumbrou alguns gastrónomos e que foi inovada pelo sacerdote bracarense, em finais do século XIX. A façanha da palha é contada com mais detalhe por Daniel Salgado no livro etnográfico *Terra de Bastos* (1933). Nesta obra, uma das passagens descreve um jantar que o abade tinha preparado, na última década do século XIX, para outros colegas de sacerdócio no final de um período de Quaresma, na freguesia de Dume.

Na véspera do repasto, o pároco arregimentou dois cúmplices, com robustez suficiente, para moerem alguns feixes de palha num majestoso almofariz de bronze.

O resultado do malhanço foi uma papa cremosa, que depois de, devidamente coada, entrou na preparação de recheios, molhos, purés e demais técnicas utilizadas. Destacavam-se pratos na demorada maratona como “almôndegas de várias sortes de caça”, “enguias de fricassé”, “empadinhas de coelho e outras confeções rematado com um «um epílogo triunfal de pudins», entre outros manjares.”. (pg.316).

O pudim Abade de Priscos terá sido uma das poucas receitas que o abade de Priscos transmitiu para o público. Ficou conhecida quando Pereira Júnior, diretor do Magistério Primário feminino de Braga no antigo Convento dos Congregados, pediu ao Abade de Priscos receitas para ensinar no magistério.



Figura 10 - O Pudim Abade-de-Priscos
Fonte: Confraria do Pudim-Abade-de-Priscos

Na figura 10 é possível ver a imagem do aclamado doce. A receita do mesmo é simples basta seguir as indicações: O pudim é confeccionado num tacho de latão ou cobre onde é colocado meio litro de água. Quando esta estiver a ferver, coloca-se meio quilo de açúcar, uma casca de limão, um pau de canela e cinquenta gramas de toucinho (é proposto que

seja gordo e de preferência de Chaves ou de Melgaço) e deixa-se ferver até atingir ponto espadana batem-se delicadamente quinze gemas até ficar a mistura homogénea e mistura-se-lhes um cálice de vinho do porto até ficar em meio ponto, depois de bater novamente.

A calda de açúcar é, então, vazada através de um coador fino para uma tigela onde estão as gemas, mexendo-se tudo. Barra-se uma forma com açúcar em caramelo e deita-se aí o preparado que é posto a cozer durante 30 minutos em banho-maria. O pudim é desenformado quando estiver quase frio. (Biblioteca Culinária – Livraria Civilização – 1925).

Felgueiras

O pão-de-Ló de Margaride

Foi no início do século XVIII que uma mulher, de nome Clara Maria, começou o fabrico deste pão-de-ló. Estando localizada na freguesia de Margaride, no centro da atual cidade de Felgueiras, este doce ficou conhecido por pão-de-ló de Margaride. Após a morte de Clara Maria, foi Antónia Félix que continuou com o seu fabrico e mais tarde passada a tarefa para Leonor Rosa da Silva. (<https://www.paodelodemargaride.pt>)

Leonor Rosa da Silva tornou conhecido o pão-de-ló de Margaride ao longo de 50 anos de



Figura 11 – Pastelaria Margaride
Fonte: www.paodelodemargaride.pt

de Fornecedora da Casa Real Portuguesa. Atualmente, o fabrico mantém-se o mais artesanal possível mantendo, acima de tudo, a qualidade dos seus produtos. _____



Figura 12 – Carta Timbrada dos Duques de Bragança
Fonte: www.paodelodemargaride.pt

Foi através de carta particular – figura 12 - timbrada com as armas de Suas Altezas reais os Duques de Bragança, data do Paço de Belém em 5 de dezembro de 1888 e assinada pelo conde de São Mamede de que lhe foram concedidas as honras de fornecedora da Real

e Ducal Casa de Bragança - podendo usar as armas ducais, conforme o modelo que está na casa. As armas têm em cima uma coroa ducal e por timbre, um dragão.

Por alvará do rei D. Carlos, datado de 22 de abril de 1893, dirigido a António de Melo, marquês de Ficalho, par do reino e mordomo-mor do rei, atentas as circunstâncias que concorrem em Leonor Rosa da Silva, com estabelecimento de confeitaria, na vila de Margaride, concelho de Felgueiras. Foi feita mercê de a nomear fornecedora da Casa Real, dos artigos do seu comércio, passando a gozar de todas as honras e prerrogativas que lhe competiam e podendo, com este título, colocar as Armas Reais Portuguesas no frontispício do seu estabelecimento.

O alvará foi assente no livro de matrícula dos moradores da Casa Real, a fls. 65, do livro 9, em 31 de maio de 1893 e pagou de selo 19 500 réis. Também foi registado a fls. 64, do livro 8, de cartas e alvarás da secretaria de Mordomia-mor da Casa Real. Em 20 de Maio de 1905 pela 3.^a repartição (Propriedade Industrial) da Direção Geral de Comércio e Indústria, do Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria, foi passado o título de registo de recompensa (n.º geral 315), "Fornecedora da Casa Real", confirmada pela Mordomia-mor da Casa Real, a Joaquim Luiz da Silva, sucessor de Leonor Rosa da Silva, estabelecido em Felgueiras, de profissão doceiro, pelos seus produtos.

Em virtude das autorizações dadas pelo monarca português e pela casa de Bragança, via-se em tempo na fachada principal da casa da fábrica de pão-de-ló de Leonor Rosa da Silva as armas reais portuguesas e as da casa de Bragança – que ainda hoje são usadas no carimbo com que a firma autêntica os seus produtos – figura 13 – Carimbo



Há 283 anos que a Casa do Pão-de-ló de Margaride – figura 14³⁷-, em Felgueiras, produz aquele doce tradicional, mas as vendas têm aumentado desde que a empresa familiar apostou nas multimédias. (www.paodelodemargaride.pt).

Luísa Guilherme Likfold, proprietário da casa centenária e descendente dos fundadores, refere em declarações à agência lusa: “Esta empresa, apesar de ter quase 300 anos, tem de se atualizar. A presença em termos de multimédia é fundamental” (www.paodelodemargaride.pt).



Figura 14 - O Pão-de-ló de Margaride
Fonte: www.paodelodemargaride.pt

O empresário admite que atualmente, apesar de a empresa ser uma das mais antigas do país, as vendas online têm sido “uma ferramenta importante para que o negócio deixasse de ser local e passasse a ter outro potencial”. O proprietário acredita que a aposta nas novas formas de promover o produto tem permitido manter a atividade, sem perdas e o

que assegura a estabilidade do negócio, quase tricentenário, e que dá trabalho regular a cerca de uma dezena de colaboradores.

Apesar da aposta nas novas tecnologias para a promoção da iguaria, Guilherme Likfold garante que a confeção do pão-de-ló respeita o receituário tradicional, o que lhe garante desde 1888 o estatuto de fornecedora oficial da Casa Real e Ducal Portuguesa.

Desde 1900 que o doce, com marca registada, é preparado nas atuais instalações, de forma artesanal, utilizando os mesmos fornos e recorrendo a mão-de-obra com segredos transmitidos de geração em geração. “Tentamos preservar o mesmo processo de fabrico e receituário, apenas com adaptações devido às questões legais”, observou. (www.paodelodemargaride.pt)

Esta especialidade é o mote para o festival internacional do pão-de-ló que decorre todos os anos, no Mosteiro de Pombeiro, em Felgueiras. Neste evento estão 35 doceiros de vários pontos do país. Carla Meireles, vereadora na autarquia local e que organiza o certame, sublinha que é partir da Casa do Pão-de-ló de Margaride que se confere toda a notoriedade ao doce. Refere à agência Lusa, ainda, que à produção se dedicam cerca de duas dezenas de empresas familiares no concelho.

Guimarães

Quanto à gastronomia, Guimarães foi marcado pela presença de um convento feminino, especialmente a nível da doçaria como nas tortas de Guimarães e, principalmente, no Toucinho-do-céu – figuras 15 e 16.



Fig. 15 –
As

Tortas de Guimarães
Fonte: www.guimaraesturismo.pt



Fig. 16 – Toucinho-do-céu de Guimarães
Fonte: www.guimaraesturismo.pt

Numa Terra de pergaminhos que, ao longo dos tempos, foram dando a conhecer o património documental, histórico e arquitetónico de Guimarães. Pouco se sabe no que se refere aos alimentos e sobre a alimentação vimaranense, remetendo-se apenas à informação recuperada através de documentação antiga.

TORTAS DE GUIMARÃES

Desconhece-se documentação anterior ao século XIX que refira as tortas de Guimarães. Contudo este trata-se de um doce cuja proveniência de fabrico se atribui ao Convento de Santa Clara de Guimarães – sendo hoje em dia considerado uma das especialidades da doçaria vimaranense. Constam, é certo, duas receitas de «tortas», existentes nos cadernos manuscritos de receitas oitocentistas das famílias Sampaio da Nóvoa e Freitas do Amaral.

Contudo na documentação escrita, a referência mais antiga que conhecemos data de 1884, altura em que na Exposição Industrial de Guimarães o Senhor António Serafim Afonso Barbosa, da Senhora da Guia, expõe “tortas”, entre outra doçaria (Guimarães, 1991 [1884]: 247).



Fig.
17 –

Tortas de Guimarães
Fonte: www.guimaraesturismo.pt

É verdade que o Abade de Tagilde, que estudou com rigor o convento de Santa Clara de Guimarães, já em 1892 refere a importância da doçaria confeccionada pelas clarissas citando, entre os doces que lhes deram nomeadamente as tortas: “referimo-nos à indústria de doce, seco e de calda, em que as religiosas se tornaram exímias, merecendo os seus produtos renome afamado, não só em Guimarães e no país, mas até no estrangeiro. O Toucinho-do-céu, as tortas e ainda outras espécies de doce, fabricadas neste convento, conservaram esta nomeada até aos nossos dias” (Guimarães, 1892, p.203).

De acordo com Carvalho (1939-1951, IV:39) os doces eram feitos pelos confeitores tendo A. L. de Carvalho encontrado referência, em 1609, a um tal Pascoal de Freitas, confeitiro em Guimarães, que aparece citado como mamposteiro da Santa Casa da Misericórdia.

De acordo com Braga (1992, p.233) é, também, no século XVII que encontramos a primeira referência a pão-de-ló em Guimarães, numa ata de vereação, datada de 25 de junho de 1678, o pão-de-ló é taxado a 70 réis o arrátel 7.

Segundo Fernandes e Oliveira (2004) é o abade de Tagilde quem dá preciosas informações sobre a doçaria do convento de Santa Clara de Guimarães, criado no século XVI e extinto no último quartel do século XIX.

Segundo este autor nas festas do Natal, e dos Reis as freiras clarissas tinham como mimos, na “véspera de Natal, meio arrátel de pessegada, uma rosca de Braga de 40 réis, dois arrátéis de passas; vésperas de janeiro, um pão de 20 réis, 2 pastéis, 4 frutas de doce, 2 massapães; véspera de Reis, meia galinha. A abadessa tinha sempre o dobro” (cit. in Guimarães, 1892, p.200, nota 3). As clarissas vimaranenses eram exímias no fabrico de doces, o que, ao longo de várias décadas, lhes granjeou fama. Consta em registos que terá sido na exposição industrial de 1884, realizada em Guimarães, estiveram a concurso doces fabricados pelas duas últimas abadessas do convento de Santa Clara, Ana Angelina Moreira e Antónia Amália Viegas: doce de calondro, de laranja, de pêra, marmelada e Toucinho-do-céu (Relatório, 1991 [1884]: 117; GUIMARÃES, 1892, p.203, nota 1).

As clarissas vimaranenses confeccionavam uma enorme variedade de doces, referidos nos textos do Abade de Tagilde (Guimarães, 1892, p.200, nota 3;202) e de Alberto Vieira Braga (BRAGA, 1927, p.113): arroz de leite, arroz doce broinhas de amêndoa e canela, caramelo (bandeja), chouriço doce, confeitos, doce de calondro, doce de laranja, doce de

pêra, frutas de doce, ginja (bandejas de), grãos doces, leite-crespo (prato de), marmelada (em caixas, covilhetes, ladrilhos e tigelinhas), massapães, massapão rosado, morcela doce (em caixas), ovos-moles, passas, perada, pessegada, queijadas, rosca de Braga, rosca de nata, rosca de manteiga, rosca doce, sopa doce, tortas, Toucinho-do-céu.

Parece que as clarissas abusavam do fabrico de doces, esquecendo, talvez, as obrigações da sua regra. De facto, na visita efetuada pelo arcebispo D. Rodrigo de Moura Teles ao convento, em 1724, este “ordenou que cada uma das religiosas não fizesse anualmente mais de 9 arrobas de doce” (Guimarães, 1892, p. 203) -ou seja, cerca de cento e trinta e cinco quilos de doce por ano, por freira. Esta limitação não deve ter sido do agrado das religiosas, pois em 1730 é revogada pelo vigário capitular e em 1771, o arcebispo D. Gaspar, permite-lhes o fabrico de “chouriços, não obstante levarem açúcar” (Guimarães, 1892, p.203). Alfredo Saramago no seu livro *Cozinha do Minho* publica receitas de três conventos de Guimarães: Convento de Santa Clara – Arroz-doce do abade, Sopa dourada rica e Bucho doce da Irmã Teresa. (Saramago, 2001, p.210, 226, 233); Convento de S. José de Guimarães (atual Lar de Santa Estefânia) – Pudim do Patrono (Saramago, 2001, p.230); Convento da Madre de Deus de Guimarães – Rabanadas vimaranenses (Saramago, 2001, p.239). No entanto não se sabe de onde terá retirado a informação uma vez que não cita as suas fontes.

Avelino da Silva Guimarães num artigo publicado no *Jornal do Comércio* sobre a Exposição Industrial de Guimarães de 1884, afirma que sendo Guimarães “terra de conventos de freiras, a indústria da doçaria teve uma tal prosperidade, que estabeleceu e sustentou por muitos anos abundante comércio com Inglaterra”. Este autor refere, especificamente, o pão-de-ló e o Toucinho-do-céu explicando que “era, porém, no recolhimento das Trinas, que se fabricava o melhor pão-de-ló, que disputava competências ao afamado pão-de-ló de Margaride (Felgueiras). O Toucinho-do-céu faz-se especialmente nos conventos de Santa Clara e das Domínicas. É uma especialidade vimaranense, muito usada em presentes de Páscoa” (cit. in Guimarães, 1991 [1884], p.248). Uma panorâmica da doçaria vimaranense do século XIX é dada no Relatório da Exposição Industrial de Guimarães, em 1884. Aí se expõe a doçaria vimaranense que, então, se confeccionava e vendia e que podemos subdividir de forma esquemática em cinco grupos (cit. in Relatório, 1991 [1884], p.70, 116-117, 142, 175; 180, 247):

- a) Doce de fruta – marmelada (em caixas, covilhetes, ladrilhos e tigelinhas), pessegada e perada; fruta cristalizada – ameixa, calondro, cidrão, damasco, figo, ginja, maracujá, pêsego, pêra; doces de ameixa comprida e redonda, de calondro, de cereja, de cidra, de damasco, de figo, de ginja, de laranja, e de pêra, bem como geleia;
- b) Doce de ovos – pão-de-ló, pão-de-ló (bolinhol), pão-de-ló coberto, tortas, Toucinho-do-céu;
- c) Doces de chá – doces de chá, doce de chá coberto;
- d) Doces de romaria – cavacas, doce de massa;
- e) Outros – biscoitos, bolinhos, bolos, bolos cobertos, morcelas, palitos, palmilhas.

Os cadernos de receitas familiares – Sampaio da Nóvoa e Freitas do Amaral

Têm-se prestado pouca atenção aos cadernos de receitas manuscritos que se encontram nas mãos de antigas famílias vimaranenses. Contudo é através deles que conseguimos perceber o que se comia no século XIX e XX e ficar a saber as quantidades e os ingredientes usados na confeção dos doces.

Os cadernos de receitas são, também, um modo importante para se conhecer o receituário mais arcaico, como por exemplo as receitas dos doces que se confeccionavam no convento de Santa Clara de Guimarães, concretamente o Toucinho-do-céu.

Fafe

A sua Gastronomia

É em pleno Minho que se situa Fafe com muitas tradições culturais entre as quais destaca-se uma que lhe é reconhecida como importante e geradora de interesse para quem visita – a gastronomia. Quando se fala de Fafe é imperativo falar de alguns pratos tradicionais entre os quais se destacam, pela sua história, a Vitela a Moda de Fafe, assada em forno de lenha é o prato típico das terras de Fafe desde pelo menos o início do século XIX.



Fig. 18 – Vitela assada á Moda de Fafe
Fonte: Confraria da Vitela á Moda de Fafe

As referências mais antigas apontam para a confeção desta iguaria pelas ordens religiosas, ainda antes da expulsão de 1834.

Além disso, há referências à vitela à moda de Fafe, figura 18, na obra de Camilo Castelo Branco, ainda antes do grande romancista se ter fixado na casa de S. Miguel de Seide. Mais que uma receita, este prato representa uma atitude bem presente no espírito das gentes do Minho: dádiva, sacrifício, disponibilidade e hospitalidade.

Comer bem e em abundância, com qualidade e grande requinte, sempre em mesas bem decoradas onde imperam as pratas dos nossos ourives, sobre toalhas de linho bordadas na região.

A *vitela assada à moda de Fafe* destaca-se de outras receitas precisamente pela forma de confeção, temperos e tipo de carne – a ser provenientes de vitela barrosã.

A Carne Barrosã DOP é obtida a partir de bovinos da raça Barrosã que, embora deva o seu nome ao planalto do Barroso, iniciou a sua expansão no Minho.

Trata-se de uma carne de gordura branca a branca suja, conforme se trate de vitela ou animal adulto. Possui cor rosada a vermelha escura. Os bovinos são criados em pequenas explorações familiares, com acesso a pastagens naturais e forragens.

De Fafe destaca-se, ainda, uma doçaria secular de grande sabor e riqueza. O Pão-de-ló e os doces de Gema, figuras 19 e 20, são duas especialidades gastronómicas do concelho. Estes doces são feitos de forma tradicional, à base de ovos, açúcar, farinha e segredos que não podem ser desvendados. Mencionados no livro de José Augusto Vieira, em 1886, cuja fama ainda se estende pelo país, havendo muitos apreciadores que se deslocam propositadamente a Fafe para os adquirir.

Fig.
19 –
Pão-
de-ló
de
Fafe





Fig. 20 – Doces de Gema
Fonte: Confraria da Vitela à Moda de Fafe;

16. Instrumentos metodológicos aplicados e tratamento dos dados recolhidos

Neste capítulo proceder-se-á à análise da informação obtida pela recolha de dados que decorreu nos dias 8 a 14 de abril no ano de 2019, figura 21, à luz de um evento de doçaria conventual em Guimarães. Para além da habitual mostra de doces conventuais, nos Claustros do Convento de Santa Clara, a Doçaria no Convento apresentou um programa mais alargado, especificamente com uma Mostra Documental, um Workshop, uma Oficina Sénior, uma Oficina para Famílias e uma Conferência.

16.1. Análise dos dados obtidos pelo inquérito por questionário

No que concerne ao inquérito por questionário (Anexo), o mesmo foi dividido por dois dias da Feira, “Doçaria no Convento 2019”. O questionário foi efetuado à entrada do Convento, atual edifício Camarário de Guimarães. A escolha do referido evento incidiu na boa afluência turística. A aplicação dos questionários foi nos dias 13 e 14 de abril. Optou-se por uma estrutura de questões fechadas e semiabertas.

DOÇARIA NO CONVENTO
8 – 14 ABRIL 2019

doçaria no convento
Guimarães

8 A 13
Biblioteca Municipal Raul Brandão (átio)
MOSTRA DOCUMENTAL
Doçaria Conventual

QUINTA 11 > 18h30
Casa da Memória
WORKSHOP
(A)massa
Tenra e quebrada pelo doce.

SEXTA 12 > 14h45
Biblioteca Municipal Raul Brandão
OFICINA SÉNIOR
Passarinhas e Sardões

21H30
Salão Nobre do Edifício da Câmara Municipal de Guimarães
CONFERÊNCIA
A confeção de doces no Convento de Santa Clara de Guimarães

12 A 14
Claustros do Convento de Sta. Clara (atual edifício da Câmara Municipal de Guimarães)
MOSTRA
Doçaria no Convento

12 DE ABRIL A 3 DE MAIO
Arquivo Municipal Alfredo Pimenta
MOSTRA DOCUMENTAL
A confeção de doces no Convento de Santa Clara de Guimarães

SÁBADO 13 > 10h30
Biblioteca Municipal Raul Brandão
OFICINA PARA FAMÍLIAS
Na descoberta da doçaria conventual: as cavacas de manteiga

para mais informações, consultar programa próprio

Organizações: Município de Guimarães, Museu Alberto Sampaio, Paços do Concelho de Guimarães, Câmara Municipal de Guimarães, Biblioteca Municipal Alfredo Pimenta, CDMG, Casa da Memória Guimarães, Laboratório da Indústria Conventual.

Figura 21 - Programa do Evento “Doçaria no Convento”

Fonte: <https://www.cm-guimaraes.pt/viver/noticias/noticia/guimaraes-apresenta-docaria-no-convento-no-proximo-fim-de-semana>

O questionário foi composto por 10 questões de acordo com a informação que se pretendia identificar: perfil do inquirido; conhecimento do evento; de que forma obteve conhecimento da Feira; valor monetário gasto na compra de Doces Conventuais; apreciação de Doces Conventuais e bebidas para acompanhar os mesmos, e por fim conhecimento de Doces Conventuais.

Para a organização e tratamento dos dados estatísticos, tendo em vista a sua interpretação, foi utilizado o programa Excel para o Windows 10 Home.

Após a recolha dos dados estes foram tratados com o recurso a quadros e gráficos circulares e de barras que permitiram mostrar a informação em termos percentuais e de forma a tornar mais clara e objetiva a realidade em análise. Segundo Marôco (2011, p.27), “a representação gráfica de resultados tem como principal objetivo a visualização de características da variável em estudo na amostra, ou seja, de estatísticas amostrais, de forma simples e de fácil aquisição mental”.

16.2 - O perfil dos Inquiridos

Considerando a nossa amostra confirmada de 50 indivíduos: 76% dos inquiridos (38 pessoas) eram do sexo feminino e 24% do sexo masculino (12 pessoas) eram do sexo masculino – cf. Gráfico n.º 1, de elaboração própria.

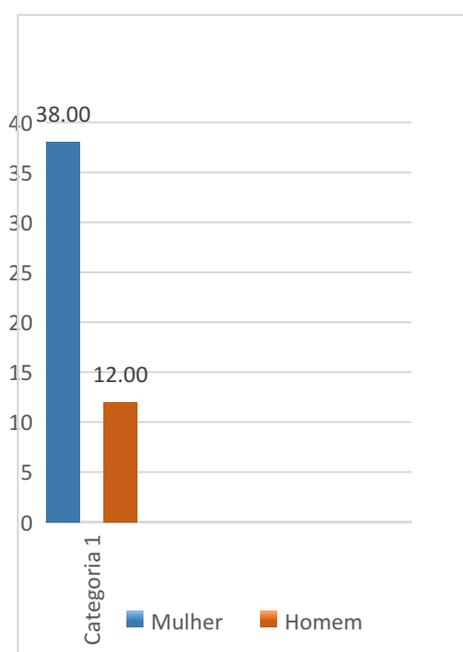


Gráfico 1 – Gênero dos inquiridos
Fonte: Elaboração própria

16.3 - Faixa etária dos inquiridos

Relativamente ao universo considerado 19% dos inquiridos pertenciam à faixa etária dos 18 a 34 anos (27 inquiridos) e 76 % dos indivíduos respeitavam ao grupo dos 35 a 60 anos (106 inquiridos) e 5% dos auscultados tinham idade superior a 60 anos (7 inquiridos)

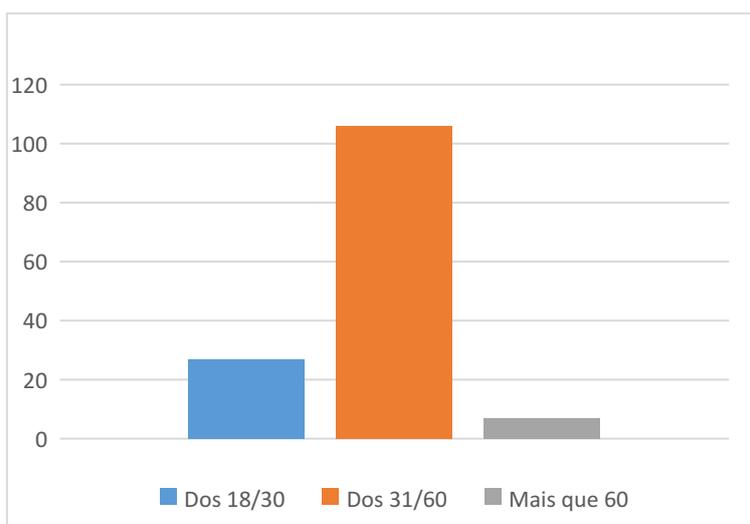


Gráfico 1- Idade dos inquiridos
Fonte: Elaboração própria

16.4 - Nacionalidade dos inquiridos

No que diz respeito a deslocação a Guimarães foi com o propósito de visitar a Feira da Doçaria Conventual, sendo que 82% residiam na zona Centro e arredores (41 dos inquiridos) e 18% dos inquiridos eram oriundos do Brasil e França (9 inquiridos) – cf. Gráfico n.º 3.

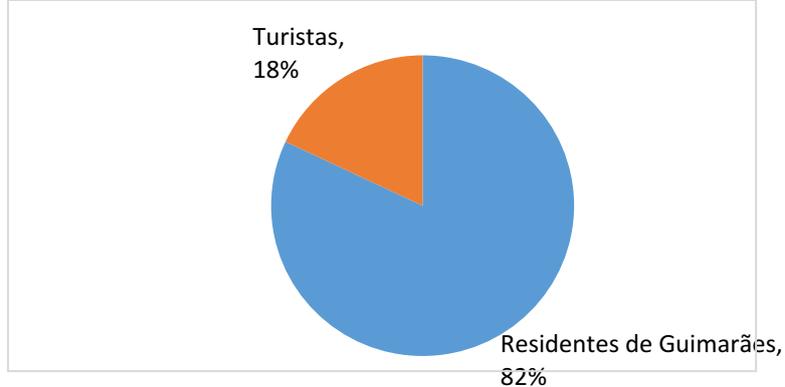


Gráfico 2 - Nacionalidade dos inquiridos

Fonte: Elaboração própria

16.5 - Como obteve a informação sobre o evento

Relativamente à forma ou via como tomaram conhecimento da existência da Feira da Doçaria Conventual: 21 inquiridos responderam que foi através dos meios de Comunicação Social, 2 através do jornal local, 8 pela Internet e 7 através de familiares. Também, estiveram presentes 12 pessoas que estavam de passagem, turistas alojados na cidade – cf. Gráfico 4.

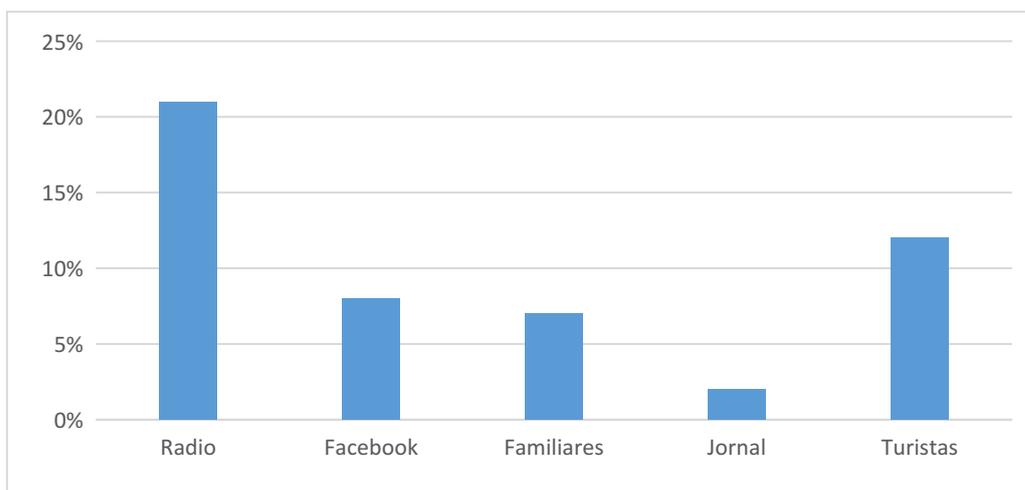


Gráfico 3 – Via de comunicação

Fonte: Elaboração própria

16.6 - Visita ou conhecimento da Feira

No que diz respeito em relação ao conhecimento da feira dos Doces Conventuais ou a vinda pela primeira vez, obtivemos um total de 33% dos adquiridos. E 68 % responderam que eram visitantes habituais e que visitavam outras Feiras de Doces como em Alcobaça ou a vila de Tentúgal e a Feira do pão-de-ló em Felgueiras – cf. Gráfico nº5.

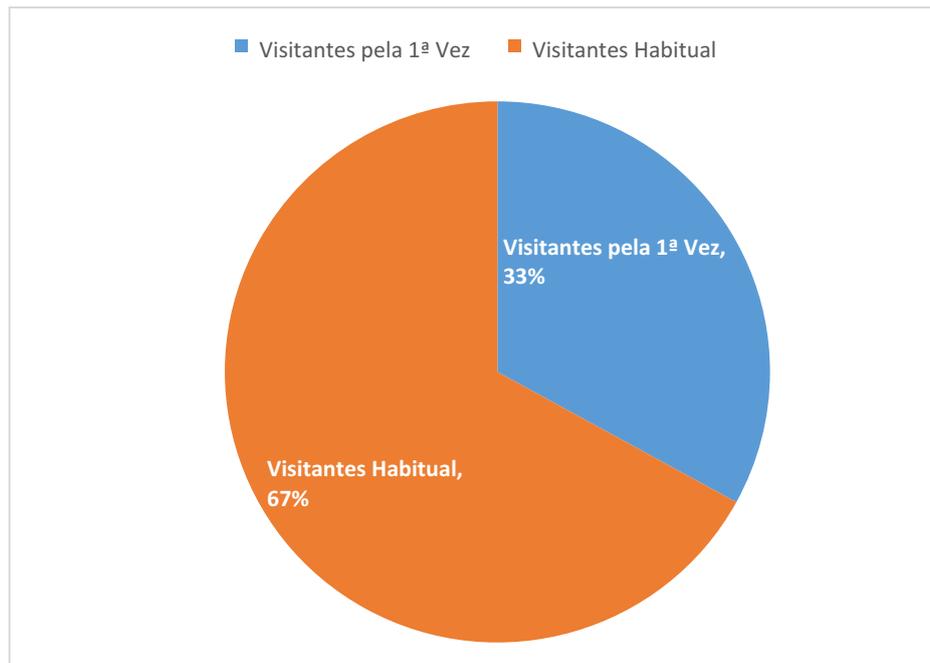


Gráfico 5 – Visitantes da Feira
Fonte: Elaboração própria

16.7 - Apreciação dos Doces

Questionados quanto aos 3 doces Conventuais que mais apreciam foi obtida uma lista de quinze doces diferentes. Desses quinze doces Conventuais os Massapães foram os com menos apreciação. As Tortas de Guimarães foram a que obtiveram maior apreciação, não sendo claro o mais estimado em Guimarães – cf. Gráfico n.º 6.

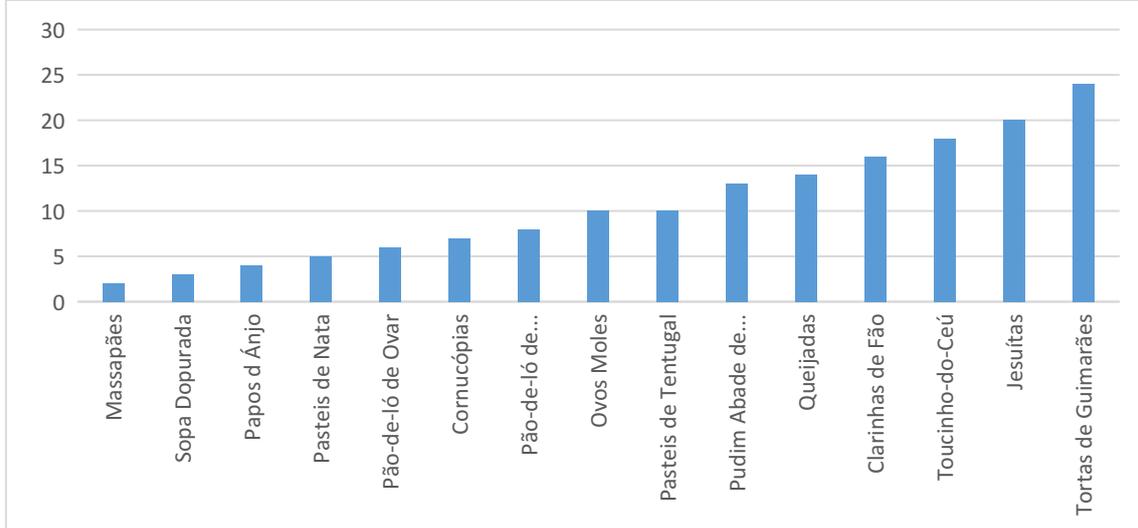


Gráfico 4 – Doces Conventuais mais apreciados
 Fonte: Elaboração própria

16.8 - Bebidas para acompanhar os Doces Conventuais

Quando questionados que tipo de bebida escolhem para acompanhar um Doce Conventual foram mencionadas onze bebidas. O Vinho do Porto foi a bebida de eleição para acompanhar os Doces Conventuais e a bebida com menor percentagem foi a cerveja. Nesta pergunta era seleccionada uma bebida ou mais por pessoa – cf. Gráfico nº7.

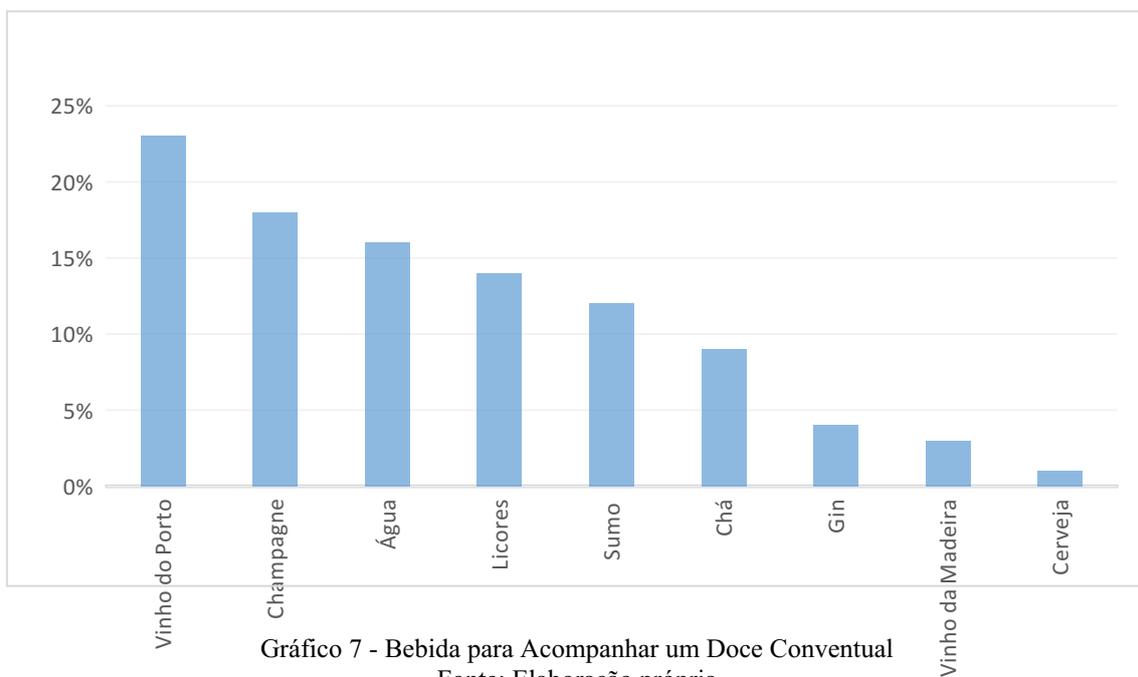


Gráfico 7 - Bebida para Acompanhar um Doce Conventual
 Fonte: Elaboração própria

16.9 - Confeção de Doços em casa

Quanto à questão se em casa confeccionam algum Doce Conventual 32 inquiridos responderam que não confeccionam ou não sabem nenhuma receita de docos Conventuais; 18 Inquiridos (27%) responderam que sim, sendo o pão-de-ló o mais confeccionado – cf gráfico n.º 8.

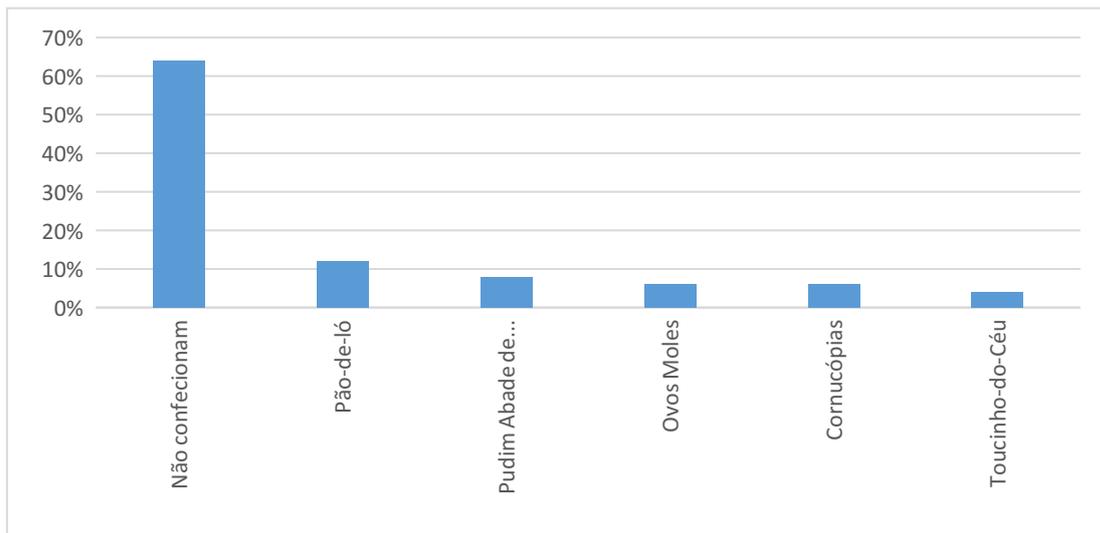


Gráfico 8 – Confeção de Doços Conventuais em casa
Fonte: Elaboração própria

16.10 - Despesas efetuada

Questionados quanto pretendiam gastar na visita à feira em Docos Conventuais, 42 indivíduos referiram gastar entre 1 e 20.00€ e 8 indivíduos referiram gastar entre os 21 e 50.00€. Concluindo-se que os visitantes pretendiam adquirir docos conventuais no evento – cf. Gráfico n.º 9.

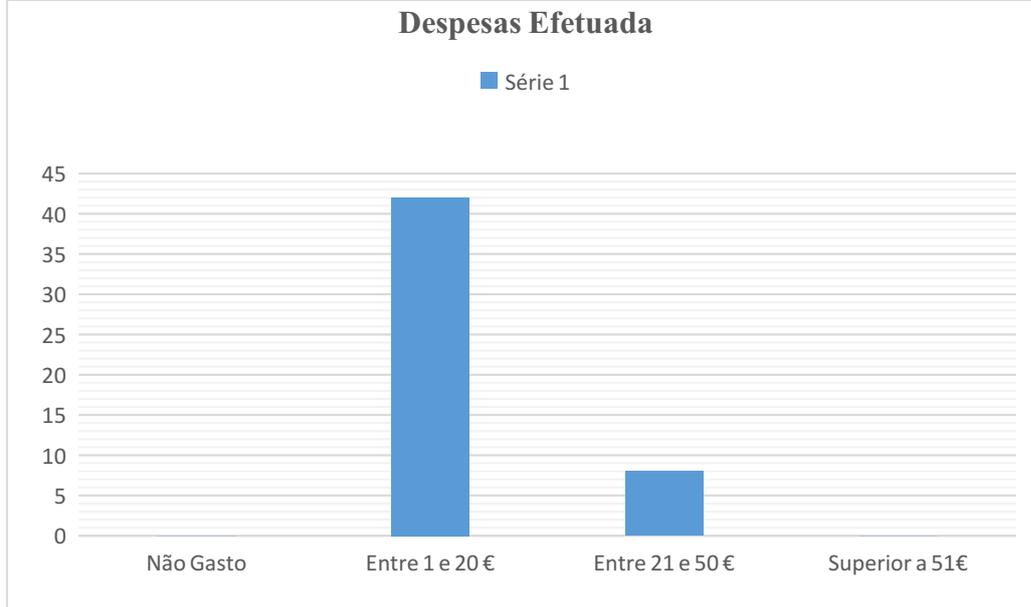


Gráfico 9 – Valor monetário gasto em Doces
Fonte: Elaboração própria

16.11 - Origem dos Doces apresentados

Foi pedido aos nossos inquiridos para identificar diferentes doces Conventuais mencionados numa tabela de modo a avaliar o conhecimento sobre doces conventuais de todo o país. Numa segunda tabela é questionada a frequência do consumo de Doces Conventuais – cf. Gráficos 10 e 11.

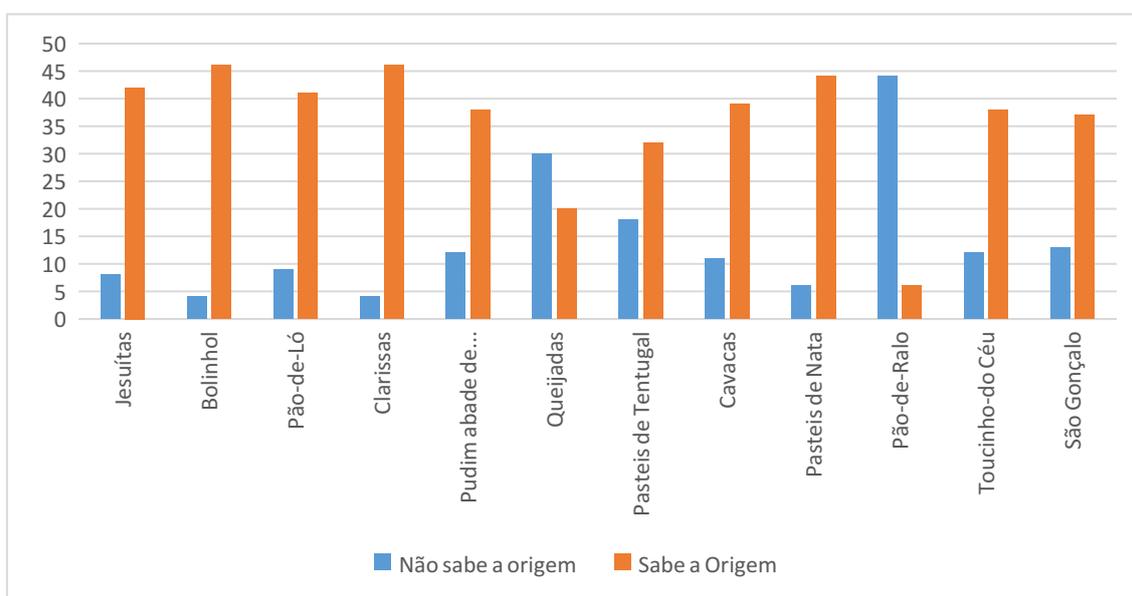


Gráfico 10 – Conhecimento da origem dos Doces Conventuais
Fonte: Elaboração própria

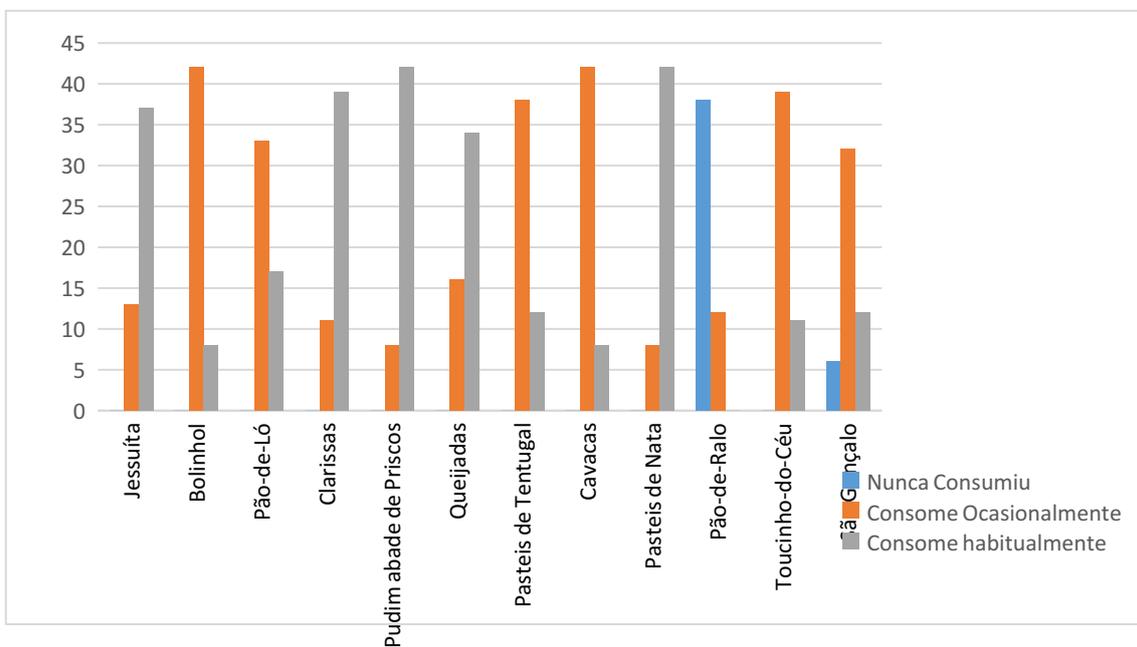


Gráfico 11 – Consumo de Doços Conventuais
Fonte: Elaboração própria

16.12 - Capacidade de atração da Feira dos Doços Conventuais

Por fim, foi questionado se a Doçaria Conventual é capaz de atrair por si só pessoas a vir a estas terras. Sendo que para 38 dos inquiridos responderam que sim pois trata-se de um evento atrativo e que faz com que as pessoas se deslocam somente para visitar e comprar algo na Feira de Doços Conventuais; 3 dos inquiridos responderam que não, pois para aproveitaram para dar uma volta pela cidade fazendo outras compras.

Ainda aproveitando a informação crítica positiva, 9 inquiridos referiram que houve pouca divulgação, referindo sugestões como: Cartaz publicitário na entrada da cidade, nos hotéis, em estabelecimentos hoteleiros (restaurantes, pastelarias) – cf. gráfico N°12.

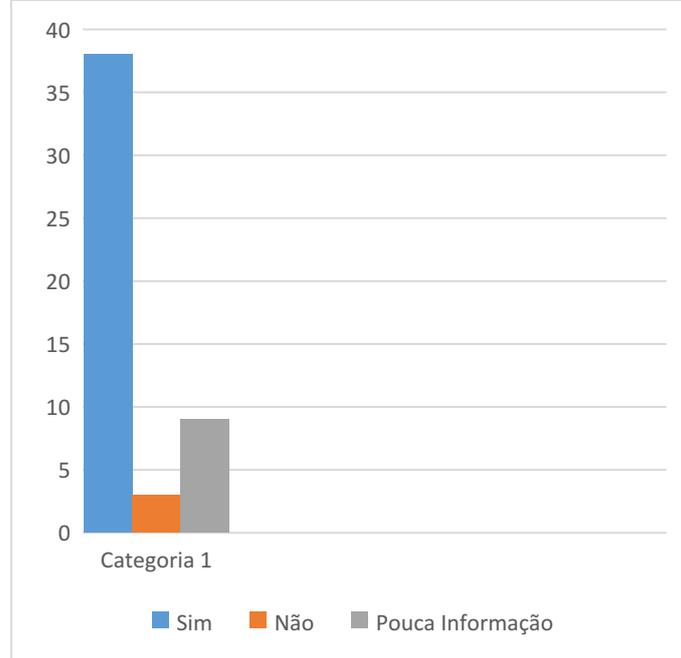


Gráfico 12 – Vinda exclusivamente a Feira de Doços Conventuais
Fonte: Elaboração própria

17. Balanço do estudo efetuado e sugestão de intervenção

Neste capítulo serão evidenciadas as conclusões obtidas em função do estudo empírico efetuado e será apresentada uma proposta de intervenção, no sentido de alertar para aspetos “adormecidos” e que necessitam de sair desse estado de apatia.

17.1. - Conclusões tendo subjacente o estudo

Face à análise do inquérito por questionário tentar-se-á traçar o perfil do turista que visita a Doçaria no Convento. Desta forma, pode-se concluir que as pessoas são oriundas, essencialmente, da zona Centro de Guimarães e dos concelhos vizinhos.

Conclui-se, também, que o visitante da Doçaria no Convento é um indivíduo com um nível de instrução variado seja a nível económico como profissional. Maioritariamente famílias cujo motivo principal da visita é a Doçaria Conventual - com relevo para as Tortas de Guimarães. Os mesmos permanecem localmente, apenas algumas horas, fazendo a visita sem um critério definido e, normalmente, apenas se deslocam aos locais de consumo da referida doçaria.

No entanto, constata-se que esta realidade está a mudar. Uma vez que cada vez mais há interesse em permanecer mais tempo em Guimarães, para conhecer a cidade e o seu património material e imaterial. Neste aspeto, o trabalho da Confraria Panela ao Lume de Guimarães tem sido primordial pois possibilita e incentiva essas visitas. As visitas em grupo são, também, mais frequentes. O posto de turismo criado para a divulgação da Rota da Doçaria Conventual/Rota do Património tem tido, igualmente, um papel de extrema importância.

Pelo que se pode apurar, a Confraria é, frequentemente, contactada no sentido de organizar visitas guiadas ao património material destacando-se, a esse nível, a visita ao Convento de Nossa de Santa Clara de Guimarães, Castelo Guimarães e ao Paço dos Duques de Bragança. Também são solicitadas para visitas tendo em vista o conhecimento do património imaterial, evidenciando-se a esse nível a visita ao processo de confeição e à degustação das Tortas de Guimarães.

Atente-se aos dados recolhidos acerca dos visitantes da Feira de Doçaria Conventual e que importância esta última reveste. As Feiras de Doçaria Conventual foi a atividade que mais adesão apresentou ao nível dos inquiridos sendo estes, normalmente, acompanhados por familiares ou amigos. Verificou-se, também, que mais de metade dos inquiridos detém conhecimento da existência da Feira da Doçaria no Convento.

A intensa atividade cultural desenvolvida pela Confraria tem-se mostrado, contudo, desgastante e, atualmente, a instituição está concentrada noutros objetivos, selecionando criteriosamente as atividades e momentos que organiza e participa.

Será de salientar, ainda, outra das atividades da Confraria Panela ao Lume relacionada com a reabilitação e recuperação do património edificado. A extensa da Confraria, com o auxílio de receitas oriundas das atividades da Confraria.

Verifica-se que, no que concerne ao conhecimento relativo ao Doces Conventuais, praticamente a totalidade dos inquiridos já tinha degustado as iguarias. Mais de metade desse universo, tinha-o feito em pastelarias em Guimarães e consideram-no “Muito bom”. No que concerne ao processo de produção, um terço dos inquiridos têm um conhecimento razoável de como as iguarias são feitas. Percebendo-se que a Confraria Panela ao Lume é, pelas razões anteriormente descritas, o principal veículo da divulgação da Doçaria Conventual em geral.

Para a CPL, representada pelo, Dr. Gonçalo dos Reis Torgal, é muito importante, poder traçar e propor um roteiro turístico que inclua Guimarães e outros Concelhos vizinhos riquíssimos em Doces Conventuais. Isto, pois, para além de poder mostrar o património material das vilas ou Cidades, é sempre possível ir ao encontro do património imaterial e degustar a iguaria, sempre revestida da melhor qualidade e frescura, o que é uma mais-valia para a referida entidade.

Da análise pode-se, ainda, concluir que poderia haver mais intervenção por parte da Câmara Municipal de Guimarães em relação ao desenvolvimento das atividades turísticas em Guimarães. Quanto à relação entre a Câmara Municipal de Guimarães e a CPL ficou comprovado que é, meramente, institucional verificando-se a necessidade de haver mais comunicação entre as duas organizações, bem como de efetivar o registo dos participantes e visitantes da feira, por ambas as instituições.

17.2.- Proposta de intervenção

Conforme Queirós (2014, p.109) “ [...] 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 do 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.”.

Este excerto e a dificuldade em trabalhar em rede demonstrada pela CPL, remete para a nossa proposta de intervenção. Da investigação efetuada resulta que falta algum envolvimento das entidades regionais e municipais competentes, nomeadamente da ERTN e da Câmara Municipal de Guimarães no que respeita a criação de itinerários que possibilitem a visita organizada à Cidade e outros concelhos vizinhos.

A proposta de melhoria do presente trabalho consiste na elaboração de um plano que passa pela estruturação de uma rede de parcerias dinâmicas e interativas que dinamizem o Turismo gastronómico/de culinária nos concelhos do Baixo Minho; um Roteiro Gastronómico de especialidades salgadas ou doces ou vinhos. Assim, espera-se o envolvimento das autarquias vizinhas e associações de desenvolvimento local, das confrarias existentes nesses concelhos, bem como as empresas de animação turística dos referidos concelhos que possuem alvará consentâneo e que se dedicam à prática de *touring paisagístico e cultural*.

A presente proposta supõe a criação do que se designa como a *Roda do Turismo Gastronómico/de Culinária do Baixo Ave*. O que se pretende é que haja um intercâmbio de esforços entre as várias entidades envolvidas de forma a tornar possível a construção de itinerários integrados entre diferentes municípios. Esses itinerários incluirão sempre a degustação da gastronomia local, incluindo-se a esse nível a doçaria e os vinhos da região. A expressão *Roda do Turismo* pretende transmitir 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.

Para Carvalho, Baptista & Costa (2010, p.36) “as associações sem fins lucrativos estabelecem um grande networking entre si, mas são colocadas um pouco à margem em relação às restantes entidades”.

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” (cit. in Carvalho et al., 2010, p.37).

Com esta proposta pretende-se que os municípios disponibilizem o seu património material e imaterial e os seus serviços municipais - nomeadamente, o serviço de

transporte. As confrarias deverão divulgar e facultar os seus produtos, de forma a atrair mais visitantes, e os agentes de animação turística deverão coordenar, articular e adequar os itinerários intermunicipais tendo subjacente a procura. Todos devem investir na sua divulgação. Prevê-se que estas interações tenham um efeito multiplicador ao nível do turismo.

Este *networking* inicial é um processo dinâmico e, evidentemente, aberto a estabelecer contactos entre novos parceiros, quer sejam dos municípios envolvidos, quer sejam dos municípios vizinhos. De referir que se pretende com esta proposta dar maior relevância a concelhos que carecem de uma oferta turística concertada - autonomizando-os nos concelhos de pertencentes do Médio Ave.

Os itinerários deverão ser pensados tendo em vista 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 poder-se 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.

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, que terá a orientação das Confrarias da região.

Estes Itinerários Intermunicipais Integrados, 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 um *Sightseeing intermunicipal*. As viagens terão sempre início nos postos de turismo dos municípios intervenientes e o fim da visita será no posto que a iniciou.

Itinerário Integrado	Propostas de Visita	Experiências Gastronómicas
Guimarães	<ul style="list-style-type: none">- Castelo de Guimarães- Paço dos Duques de - Bragança- Convento de Santa Clara-Teleférico de Guimarães (Vista panorâmica da Cidade)	<ul style="list-style-type: none">- Rojões á Moda do Minho- Doçaria Conventual- Tortas de Guimarães- Toucinho-do-céu- Confraria Gastronómica da Panela ao Lume
Vizela	<ul style="list-style-type: none">- Caldas de Vizela (Termalismo)- Antigas Termas (Romanas)	<ul style="list-style-type: none">- Rojões- Caves Casalinho, SA (Vinho Verde)

	- Casa Brasonada (Oferta do Rei D. Dinis) - Parque Termal	- O Bolinhól
Fafe	- Casa do Penedo- - Teatro/Cinema - Igreja Românica (Monumento Nacional) - Palácios Brasileiros	- Vitela á Moda de Fafe - Confraria da Vitela á M. de Fafe - Pão-de-Ló - Cavacas - Doces de Gema
Santo Tirso	- Mosteiro S. Bento - Mosteiro Escolástico - O Castro do Monte Padrão (Monumento Nacional) - Museu Internacional de Esculturas Contemporânea Livre - Mosteiro de Singeverga (Arte Sacra)	- Lampreia á bordalesa - Sarrabulho - Cozido á Portuguesa - Jesuítas - Limonetes - Bolachas do Mosteiro de Santa Escolástica
Braga	- Jardim de Santa Bárbara - Museu dos Biscainhos - Palácio do Raio - Sé de Braga - Santuário de Bom Jesus - Santuário do Sameiro	- Bacalhau á Narcisa - Cabrito Assado - Arroz de Pica no Chão - Papas de Sarabulho - Pudim-Abade-de Priscos
Felgueiras	- Mosteiro de Santa Maria do Pombeiro - Quinta da Lixa (Vinho Verde) - Santuário de Santa Quitéria	- Cabrito na Brasa ou na Telha - O Capão Assado no forno de lenha - Pão-de-Ló de Margaride - Tortas de S. Martinho

Quadro 2 – Itinerários Intermunicipais integrados
Fonte: Elaboração Própria (2020)

18. Considerações finais e limitações inerentes ao estudo

De acordo com o plano de ação Turismo 2020, o país atravessa uma fase de viragem em termos da oferta e da procura turística. As motivações turísticas devem, agora, ser o motivo principal dos que têm a responsabilidade de gerir os destinos turísticos.

Através do trabalho de pesquisa efetuado, foi possível concluir que, efetivamente, o Médio Ave está no rumo certo, em termos de Turismo de Culinária. Uma vez que tem vários produtos estratégicos como por exemplo os Doces Conventuais, capazes de dar resposta às motivações turísticas de uma forma sustentável e integrada e baseado num conjunto de fatores, como a autenticidade e a unicidade.

Indiscutível é, também, o trabalho desenvolvido pela Confraria Gastronómica da Panela ao Lume no âmbito de dinâmicas propostas que são de grande interesse para a cidade, sendo um caso de sucesso na divulgação e preservação do seu *ex-libris*, os Doces

conventuais de Guimarães.

Se por um lado, os Doces Conventuais são um produto âncora que alavanca também como destino turístico. Decerto que não será demais lembrar que o turismo gastronómico é o segmento com maior crescimento na indústria mundial do turismo, de acordo com a OMT (2016). Portugal é o segundo país da Europa com maior número de produtos certificados, como por exemplo Queijos, Vinhos, Mel, Azeite, Enchidos, Doces Regionais, etc.

Percebe-se, também, que o visitante de Guimarães tem vindo a apresentar outros interesses quando chega à localidade: de mero consumidor das iguarias e doces da cidade pretende, igualmente, conhecer a sua história, conhecer o Castelo de Guimarães, o Convento de Santa Clara e restante património. De acordo com a APTECE (2014) é a procura de uma experiência turística em torno da gastronomia.

Não obstante os doces estejam no topo da Pirâmide Mediterrânica, como um produto a ser consumido apenas 2 porções (semanalmente), na base está “Convivência”, os “Produtos tradicionais, locais e amigos do ambiente”, e as “Atividades culinárias”, e a “Sazonalidade”. Também aqui Guimarães contornou a questão do topo da referida pirâmide, criando a versão miniatura dos doces e estando em sintonia com a base da mesma, no que respeita aos restantes itens referidos.

Espera-se, ainda, que a CGPL continue o seu trabalho voluntário de excelência, cujo objetivo primordial é dar conhecer o seu património material e imaterial, deixando a sua marca na economia da Cidade e comunidade local.

No que concerne às limitações inerentes ao estudo efetuado, pode-se referir que as mesmas se relacionaram com a escassez de literatura relativamente à temática “Confrarias Gastronómicas” bem como tiveram subjacente a dificuldade que se sentiu na recolha de respostas relativas ao questionário, dada a falta de recetividade de algumas pessoas em participarem.

Para concluir pode-se afirmar que com a conclusão do trabalho efetuado foi possível constatar a complexidade e morosidade de um trabalho de investigação – que apesar de tudo decorreu de forma tranquila e foi muito gratificante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Aaker, D. & Day, G. (1995) – *Marketing research* (4th ed.), John Wiley & Sons, Inc.

Alarcão, J. (1983) – *Introdução ao Estudo da História e do Património Locais*. Coimbra.

Ballart, J. (2002) – *El patrimonio histórico y arqueológico, valor y uso*. Ariel Património, Barcelona.

Bauman, Z. (2005) – Identidade. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Barroco, L. M. S. e Barroco, H. E. (2008) *A importância da Gastronomia como património cultural no Turismo Baiano*. Revista Turydes, Vol. 1, Nº2 (março 2008)

Beirante, M. A. (1990). - *As Confrarias Medievais Portuguesas*. Lisboa: Associação de Estudantes da Faculdade de Letras.

Bortolotto, C. (2006). *La patrimonialisation de l'immatériel selon l'UNESCO*. Résumé de la communication présentée le 16 juin 2006, (Dapa, Ministère de la culture).

Branquinho, S. (2011) – *Eventos* - Documento não publicado. Coimbra: ESEC.

Butler, Judith; Spivak, Gayatri. *Who sings the Nation-State*. Language, Politics, Belonging. New York: Seagull. 2007.

Butler, R. W. (1980) - *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. The Canadian Geographer Nº2, p.p.1-16, 1980.

Butler, R. W. (1980) - *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*. The Canadian Geographer, 24, pp. 5-12.

Butler, R. W. (1980) - *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. The Canadian Geographer Nº2, p.p.1-16, 1980

Campillo, R. (1998) – *La Gestión y El Gestor del Patrimonio Cultural*. Murcia: Editorial KR.

Carvalho (2008) - *Património cultural, ordenamento e desenvolvimento: uma nova visão e valorização do território*. Cadernos de geografia, Nº 24/25 – 2005-2006. Coimbra, FLUC – pp. 209 – 226.

Carvalho, A. (2009) – *Os Museus e o Património Cultural Imaterial, Estratégias para o Desenvolvimento de Boas Práticas*. Évora: Universidade de Évora.

Carvalho, I., Baptista, M., & Costa, C. (2010). *As Redes em Turismo Cultural: Um olhar sobre a relação entre Turismo e Cultura*”. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (13), p.36

Carvalho et al., 2010: 37-38)

Castells, M. (2010). *The Power of Identity*. Oxford, Wiley-Blackwell.

Cavaco, C., (2006). *Práticas e lugares de turismo* In Fonseca, M. (Coord.). *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, pp. 350-351.

Choay, F. (2008) – *A alegoria do património*. Edições 70, Lisboa.

Clemente di E., (2016) - *Las variables experienciales como determinantes de la calidad de vida, la satisfacción y la lealtad del turista en la contexto del Turismo gastronómico*. Universidad de Extremadura. Departamento de Dirección de Empresas e Sociología. Tesis Doctoral

Congresso – 2016 – No Ceará in *II congresso internacional de Museologia*: Universidade Estadual de Maringá (UEM), Paraná.

Costa, A (2012) – *Alimentação como Património Cultural Imaterial – Saber valorizar e preservar a nossa Gastronomia*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra – Coimbra.

Costa, P. (2010) – *Gastronomia: uma perspectiva a partir do Património Imaterial*. in *Gastronomia*. p 4-5. Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas: Vila Nova de Poiares.

Cristina Castro - *A Doçaria Portuguesa Norte*. Prefacio: Edgar Pacheco. Edição Ficta Editora, 2019.

Cruz, (1993) – *Experiencias de la Identidad*. Revista Internacional de Filosofía Política, México, n. 2, 1993, p. 63-74.

Dias, G. C. (1998). - *As confrarias báquicas: sua natureza e função associativa*. *Douro-Estudos & Documentos*, vol. III (6), p.17.

D'Encarnação, J. (2012) – *Cidade, Gastronomia e Património in Revista Memória em rede*. Pelotas, V.2, nº7, Jul/dez.

Eagleton, T. (2000) *A Ideia de Cultura*. Copyright © Terry Eagleton. Esta edição é publicada por acordo com Blackwell Publishers Limited, Oxford.

Eiterer, E. & Barreto, M. (2012) – *Memórias, Identidade e Resistência dos Museus Comunitários, Movimentos Indígenas*, Rio de Janeiro 2014.

Elsa Peralta da Silva – (2000) – *Património e identidade*. Os desafios do turismo cultural Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa.

Gomes, A. (2012) – *Uma Antologia para o património edificado in MUSEOLOGIA & INTERDISCIPLINARIDADE*. Vol., Nº2, jul/dez.

Gomes, V. (2010). *Transmontanices - Causas de Comer*. Lisboa: Edições do Gosto

Grefre, X. (1990). – *La Valeur Économique du Patrimoine: la Demande et l'Offre de Monuments*. Paris: Anthropos.

Hall, S. (1992) - *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

Huntington, S. (1996) – *The Clash of Civilizations*. Nova Iorque, Simon & Schuster. ISCSP/Universidade Técnica de Lisboa.

Kurin, R. (2004) - *Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal*. Volume 56, Issue 1-2, pages 66 – 77.

Loizos, P. & Papataxiarchis, E. (1991) - *Contested Identities*. Princeton, Princeton University Press.

Luís, A. (2012) – *Notas Soltas sobre a História Regional e Local e o Património Cultural*, UBIMUSEUM in *Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior*, n.º 01, Covilhã, 2012, pp. 9-16.

Maciel, M. E. (2005) - *Olhares antropológicos sobre a alimentação. Identidade cultural e alimentação*. Scielo Books- Editora FIOCRUZ

Malinowsky, B. (1960) - *A Scientific Theory of Culture – and other essays*. With a preface by Humtington Cains. A Galaxy Book, New York Oxford University.

Mário V. da C. (2016) - *A Vida e a receita inédita do Abade de Priscos*. Temas e Debates – Círculo Leitores.

Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics* (5.ª ed.). Pero Pinheiro: (p.27)

Martins, João, (2000) - *Tudo Sobre o Vinho do Porto os Sabores e as Histórias*, 1.ª ed., Lisboa, Publicações Dom Quixote, pp 61 – 65.

Martins, T. S. L. (2009) - *Implementação de um Sistema Integrado de gestão da Qualidade e Segurança Alimentar numa Unidade de Vinificação*. UTL-ISA.

Martins, S. (2011) – *A Memória de um Lugar: discursos práticos identitários na Freguesia do Castelo em Lisboa*. Dissertação de mestrado em Antropologia. Universidade de Lisboa.

Martins, U., Baptista, M. & Costa, C. (2012) - *A Gastronomia como produto turístico-cultural: uma análise das boas práticas de destinos internacionais*. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (17/18), p.51.

Matssura, K. (2004) – Prefácio. *Museum International*. 56 (pp.221-222):4-6.

Mendes, A. (2012) – *O que é Património Cultural*. Olhão: Gente singular editora.

Ministério da Economia e Emprego (2013) - *Plano Estratégico Nacional do Turismo- PENT*, Horizonte 2013-2015. Lisboa: Gabinete do Ministro da Economia e do Emprego.

Morais, L. (2010) – *Contributos da valorização do património arqueológico para o desenvolvimento local*. in *Atas do XII Colóquio Ibérico de Geografia* 6 a 9 de outubro 2010, Porto: Universidade do Porto.

Moreira, Vital, (1998) - *O Governo de Baco - A organização Institucional do Vinho do Porto*, Porto, Edições Afrontamento Lda., p.15

Mota, A. S. (2003) - *As Confrarias Bâquicas Portuguesas*. Lisboa: Litexa Editora, Lda.

Moura, Joaquim, (1999) - *Contributos Para a História do Douro e do Seu Vinho*, Lisboa, Editorial Fragmentos Lda., pp. 22-23.

Muller et al, (2010) - *Alimentação e Cultura: "Prevenção da Gastronomia"*. Tradicional, Semintur – Universidade de Caxias do Sul.

John Wiley & Sons. (2012) - *Introduction to Management in The Hospitality Industry*. Ano (1988) Editora: John Wiley Sons New York.

NP EN ISO 22000:2005 – *Sistemas de gestão da segurança alimentar* - Requisitos para qualquer organização que opere na cadeia alimentar, IPQ. Dissertação de mestrado em Engenharia Química. (2011). IST – Universidade Técnica de Lisboa.

NP EN 45020, Documentação, 2001. Normalização e atividades correlacionadas. Vocabulário geral. IPQ.

Nunes, J. (1993) – *Património Cultural o que é?* In *Vértice*. 54: 5-7.

OMT (2012). *Global Report on Food Tourism- AM Reports: volume four*. Madrid: World. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 4 (2) Special edition - (2015)

Tourism Organization. *Os Mistérios do Abade de Priscos* – Autor: Fortunato da Câmara. Edição: 3 ed, Publicação: Lisboa: A Esfera dos Livros, (2014).

Paiva, C. (2000) – *Estratégias de comunicação no mundo globalizado*.s.e. Universidade Federal da Paraíba. (2000).

Peralta, E. Património e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural. *Antropológicas*, Porto, n. 4, 2000

Peralta, E. & Anico, M. (orgs.) – (2006). *Patrimónios e Identidades: Ficções contemporâneas*. Oeiras, Celta.

Prats, L. (1997). *Antropología y Patrimonio*. 1ª Edição setembro de 1997, Editorial Ariel, S.A. Barcelona

Queirós, A. (2014). *Turismo cultural e economia do património*. Revista Turismo & Desenvolvimento, (21/22), p.109.

Queirós, A. (2014). - *Turismo cultural e economia do património*. Revista Turismo & Desenvolvimento, (21/22), p.107.

Queiroz, J. (2014). *Dieta Mediterrânica- Uma Herança milenar para a humanidade*. 2º Edição. Lisboa: Althum.com.

Reinhardt, J. C. (2007) - *Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade*, -Tese de Doutoramento em história. Universidade Federal do Paraná. Curitiba.

República Portuguesa, Assembleia da República (1991). Lei nº 93/91, Diário da República nº 187/1991, 1ª Série A de 16 de agosto de 1991. Lisboa: AR, pp. 4142.

República Portuguesa, Presidência do Conselho de Ministros (2000). Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000. Diário da República nº 171/2000, 1ª Série B de 26 de julho de 2000. Lisboa: PCM, pp. 3618-3820.

República Portuguesa, Assembleia da República (2001). Lei nº 107/2001, de 08 de setembro. Lei de Bases do Património Cultural, Diário da República nº 209/2001, 1ª Série A de 08 de setembro de 2001. Lisboa: AR, pp. 5808-5829.

República Portuguesa, Presidência da República (2008). Decreto do Presidente da República nº 28/2008, Diário da República nº 60/2008, 1ª Série de 26 de março de 2008. Lisboa: PR, pp. 1685.

Ribeiro, I. e Domingos, M. (2010) - *Papel da Cultura no Processo de Humanização: Capacidades Culturais do Ser Humano*. – Tese de Mestrado em Desenvolvimento de produtos de Turismo Cultural. Tomar novembro 2017. Instituto Politécnico de Tomar.

Ribeiro, M. e Martins, C. (1995) - *A tradição já não é o que era dantes: a valorização dos produtos tradicionais face à mudança social*, Évora, Economia e Sociologia, n.60. p.29-43.

Richards, G. (2002) - *Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption*, In Hjalager A., Richards, G. (eds). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge, pp. 2-20.

Rodrigues, D. (2012) – Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica, in *UBIMUSEUM Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior*, n.º 01. Covilhã.

Sampaio, F. (2005). *A Tradição face à Evolução e Modernidade*. Atas do 4º Congresso Nacional de Gastronomia, p.20.

Santos N. & Gama A, (2011:273-275) -*As tradições do pão, territórios e desenvolvimento*.

Schiele, B. (2002) – *Patrimoines et Identités*. Québec, Éditions MultiMondes.

Silva, K. V., e Silva, M. H. (2009) *Dicionário de Conceitos Históricos*, Ed. Contexto-São Paulo

Valbona, M. C., & Costa, M. P. (2003) - *Património cultura*. Madrid: Editorial Sínteses, S.A.

Veiga-Neto, A. (2003) - *Cultura, Culturas e Educação*”. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Luterana do Brasil (Programa de Pós-Graduação) *Revista Brasileira de Educação* N°23.

Veloso, C. (1992) - *A Alimentação em Portugal no Século XVIII*, nos relatos dos viajantes estrangeiros. Coimbra: Livraria Minerva.

Veloso, RC da Silva, (2012) JS Dutra – REGE - *Revista Brasileira de Orientação Profissional*. Volume 23, Issue 2. pp.88 – 98.

Warmier, Jean-Pierre, (2017) - *La mondialisation de la culture*. Collection: Repères, Editeur: La Découverte, 2017, Paris.

ENDEREÇOS WEB / LIVROS ELETRÓNICOS

Almeida, Inês, (2009) - *Caracterização Preliminar do Mico biota de Enchidos Tradicionais Portugueses Embalados em Atmosferas Protetoras*. Consultado em 3 de fevereiro de 2013, Faculdade de Medicina Veterinária – Universidade Técnica de Lisboa.

Disponível em:

<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1622/1/Caracteriza%3%a7%3%a3o%20Preli%20minar%20do%20Micobiota%20de%20Enchidos%20Tradicionais%20Portugueses%20Embalad>

Aptece (2014)

Disponível em: <https://www.portugal-aptece.com/aptece/aptece-1/>

Bernat, Elena, (1996). *Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra*, Agricultura y Sociedad, nº 80-81. Consultado em 25 setembro de 2020, Universidade de Barcelona.

Disponível em:

http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays/a080_04.pdf

Camara Municipal de Braga - Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/pt>

Camara Municipal de Fafe - Disponível em: <https://www.cm-fafe.pt/>

Camara Municipal de Felgueiras - Disponível em: <https://www.cm-felgueiras.pt/>

Camara Municipal de Guimarães - Disponível em: <https://www.cm-guimaraes.pt/>

Camara Municipal de S. Tirso - Disponível em: <https://www.cm-stirso.pt/>

Camara Municipal de Vizela - Disponível em: <http://www.cm-vizela.pt/>

Cidades Criativas

Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/>)

Confrarias Gastronómicas (2019)

Disponível em:

[Http://www.turismodocentro.pt/pt/produtos_2/federacao_portuguesa_das_confrarias_gastronomicas_a759.html](http://www.turismodocentro.pt/pt/produtos_2/federacao_portuguesa_das_confrarias_gastronomicas_a759.html). [acedido a 27/07/2019].

Conselho Europeu de Confrarias (2015)

Disponível em:

<http://ceuco-portugal.com/ceuco.htm>. [acedido a 19/10/2018].

Conselho Economico e Social

Disponível em:

http://bte.gep.msess.gov.pt/completos/2012/bte3_2012.pdf

Cruz, L. (1999). *A Integração da Cultura e da Natureza na Convenção do Património Mundial. O Novo Conceito de Paisagem Cultural.* In O Verde. N.º especial, Património.

Disponível em:

https://kupdf.net/download/patrimonio-arqueologico-y-planificacion-territorial-estrategias-de-gestion-para-andalucia_5aaabf3be2b6f54524df0d24_pdf

Elide Di Clemente Universidad de Extremadura irreción de correo verificada de unex. es
Disponível em:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>

Entidade Regional de Turismo do Centro (2015). - *Federação Portuguesa das Confrarias.*

Disponível em:

<https://turismodocentro.pt/institucional/premios-e-distincoes/a-entidade/>

Estratégias

Disponível em: <https://estrategia.turismodeportugal.pt/>

Federação Portuguesa das Confrarias gastronómicas (2015a)

Disponível em:

<http://fpcggeral.wix.com/fpcg>. Consultado em 22 de outubro de 2018.

Gastronomias

Disponível em:

<https://www.gastronomias.com>

Gastronomia e Vinhos

Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/322582103_Gastronomia_e_vinhos_um_produto_sem_pre_novo_com_raizes_nas_tradicoes_da_cultura_da_populacao_portuguesa.

Gastronomia e Vinhos

Disponível em:

<https://www.slideshare.net/filipe.mello/2812-gastronomia-e-vinhos/4>

Gastronomias e Vinhos

Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/322582103_Gastronomia_e_vinhos_um_produto_sem_pre_novo_com_raizes_nas_tradicoes_da_cultura_da_populacao_portuguesa

HACCP

Disponível em:

Haccp-<https://www.sgs.pt/pt-pt/agriculture-food/commodities/audit-certification-and-verification/certification/haccp-certification>. [acedido a 06/12/2018].

Jenkins, Richard (1992) — *Pierre Bourdieu. Key Sociologists*, Routledge, Londres.

Disponível em:

<https://doi.org/10.1177%2F095269519400700406i>.

Jornal Observador

Disponível em:

<https://observador.pt/seccao/cultura/patrimonio-da-humanidade-cultura>

Machado, P. (2015). - A Pré-história das Confrarias Gastronómicas. URL:

Disponível em:

http://www.ceuco-portugal.com/as_confrarias.htm. [Acedido a 22/06/2020].

Ministério da Economia (2016). Turismo 2020

Disponível em:

http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPOR_TUGAL/DESTAQUE/Documents/turismo-2020-cinco-principios-para-umaambicao.pdf. [acedido a 26/06/2019].

Norberto S. e Fernanda G. *Gastronomia e Vinhos* – (2015).

Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/322582103_Gastronomia_e_vinhos_um_produto_sem_pre_novo_com_raizes_nas_tradicoes_da_cultura_da_populacao_portuguesa

Plano Estratégico Nacional do Turismo 2013/2015

Disponível em:

<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/plano-estrategico-nacional-do-turismo-2013-2015.aspx>

Portonorte

Disponível em:

http://www.portoenorte.pt/fotos/guias/festas_e_romarias_norte_de_portugal_

Ribeiro, António, (2011) *Valorização do Cabrito da Gralheira*. IGP: estudo exploratório junto dos consumidores. Consultado em 2 de março de 2013, em Universidade Aberta. Disponível em:

<https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/1801/1/Tese%20de%20Mestrado%20de%20Eng.%20Lopes%20Ribeiro.pdf>.

Sampaio, F. (2009), - *A gastronomia como produto turístico*, in *exedra* - Publicação eletrónica semestral da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra, nº temático, Turismo e Património, p.119.

Disponível em:

<http://www.exedrajournal.com/index.html>.

Sampaio, F. (2009) - *A gastronomia como produto turístico*.

Disponível em:

<http://www.exedrajournal.com/docs/Sturm/06-sampaio-134.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

Sampaio, F. (2009) - *A Gastronomia como produto turístico* – Exerda N° temático – Turismo e Património.

Disponível em:

https://www.ruralexperiences360.pt/home/doc/artigo_02.pdf

Soeiro, Ana, (2005). *Produtos Qualificados, Produtos Antigos e Respostas Modernas*, Revista Segurança e Qualidade Alimentar, Ano I, n.1, pp 42. Consultado em 15 de julho de 2020.

Disponível em:

www.infoqualidade.net/SEQUALI/PDF-SEQUALI-01/n01-pg42-43.pdf

Soeiro, Ana, 2006. *Proteger as Nossas Denominações de Origem e as Nossas Indicações Geográficas: Proteger o Património e Proteger o Futuro*, Revista Marcas & Patentes – A Revista da Propriedade Industrial, Ano XX, n.º 4, pp 12-13. Consultado em 15 de julho de 2020.

Disponível em:

http://www.marcasepatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/8/66/174/mep_4_2005.pdf

Sonati, J. G., et al (n. d.) - *Influências Culinárias e Diversidade Cultural da Identidade Brasileira: Imigração, Regionalização e suas Comidas*, UNICAMP, Cap. 14, consultado em 20 julho de 2020

Disponível

em:

http://www.fef.unicamp.br/feff/sites/uploads/deafa/qvaf/cultura_alimentarcap14.pdf.

Tibério, Luís e Cristóvão Artur, (200). “Produtos tradicionais e desenvolvimento local”. O caso da designação protegida Queijo Terrincho DOP”, 1º Congresso de Estudos Rurais Território, Sociedade e Política. Departamento de Economia e Sociologia, p. 5: Consultado em 5 de agosto de 2020, Universidade de Trás os Montes e Alto Douro.

Disponível em:

http://www.origin-food.org/pdf/wp3/pt_wpap/artic1.pdf

Tibério, Luís, Cristóvão, Artur, Abreu Sónia, (2008). Microproduções agrícolas e desenvolvimento sustentável em regiões periféricas. Revista Portuguesa de Estudos Regionais, N° 17 Coimbra, julho 2008, pp. 5-24. (Consultado em 4 de agosto de 2020).

Disponível em:

http://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/24662/1/RPER17_artigo1.pdf

Turismodeportugal

Disponível em:

http://www.Turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoinovacao1/BoasPraticaseTendencias/Documents/conclusiones_declaracion_madrid_EN1.pdf

Unesco (1972). Convenção para a proteção do património mundial, cultural e natural.

Disponível em:

<http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>. [acedido a 24/03/2019].

Unesco (2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial.

Disponível em:
<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-PT-PortugalPDF.pdf>.
[acedido a 24/00/2018].

Unesco (2005). Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Disponível em:
<Http://www.iber museus.org/wp-Content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoesculturais-unesco-2005.pdf>. [acedido a 23/11/2018].

Zuin, Luís e Zuin, Poliana, 2008. Produção de alimentos tradicionais: Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais, Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, vol.4 N°1, janeiro/abril 2008, São Paulo- Brasil, pp 109-127: consultado em 12 agosto de 2020.
Disponível em:
<http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/viewFile/117/107>

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 – Pirâmide da Dieta Mediterrânica	30
Fig. 2 – Perfil dos consumidores Europeus	33
Fig. 3 – Crachá da CGPL	49
Fig. 4– Traje da CGPL.....	49
Fig. 5 – O Bolinhol de Vizela.....	67

Fig. 6 – Os Jesuítas	70
Fig. 7 – Os Jesuítas.....	70
Fig. 8 – Pastor de Almas e Fogões Padre M. Rebelo.....	71
Fig. 9 – O Pudim Abade de Priscos.....	73
Fig. 10 – A Pastelaria Margarida.....	74
Fig. 11 – Carta Timbrada dos Duques de Bragança.....	75
Fig. 12 – Carimbo com o Brazão da Casa Real DR.....	76
Fig. 13 – O Pão-de-ló de-Margarida.....	77
Fig. 14 – AS Tortas de Guimarães.....	78
Fig. 15 – O Toucinho-do-céu.....	79
Fig. 16 – As Tortas de Guimarães.....	80
Fig. 17 – A Vitela Assada á Moda de Fafe.....	83
Fig. 18 – O Pão-de-Ló de Fafe.....	84
Fig. 19 – Doces de Gema.....	85
Fig. 20 – Programa do Evento “Doçaria no Convento”	86

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Confrarias efetivas e Associadas da FPCG.....	44
Quadro 2 – Itinerários intermunicipais integradas.....	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Género dos inqueridos.....	87
Gráfico 2 – Idade dos inqueridos.....	88
Gráfico 3 – Nacionalidade dos inqueridos.....	88
Gráfico 4 – Via de Comunicação.....	89
Gráfico 5 – Visitantes da Feira.....	90

Gráfico 6 – Doces Conventuais mais apreciados.....	90
Gráfico 7 – Bebida para acompanhar um Doce Conventual.....	91
Gráfico 8 – Confeção de Doces Conventuais em casa.....	91
Gráfico 9 – Valor monetário gasto em Doces.....	92
Gráfico 10 – Conhecimento da Origem dos Doces Conventuais.....	93
Gráfico 11 – Consumo de Doces Conventuais.....	93
Gráfico 12 – Vinda exclusivamente a feira de Doces Conventuais.....	94

ÍNDICE DOS MAPAS

Mapa 1 – Confrarias Gastronómicas Federadas em Portugal por Regiões.....	45
Mapa 9 – Localização da Sub-região do Ave com os Doces Conventuais.....	67
Mapa 4 – Enquadramento Territorial de Santo Tirso.....	60
Mapa 2 – Localização da Sub-região do Ave.....	56
Mapa 3 – Enquadramento Territorial de Vizela.....	58
Mapa 5 – Enquadramento Territorial de Braga.....	61
Mapa 6 – Enquadramento Territorial de Felgueiras.....	62
Mapa 7 – Enquadramento Territorial de Guimarães.....	63
Mapa 8 – Enquadramento Territorial de Fafe.....	65