

As rotas gastronómicas em Portugal: oportunidades e desafios futuros

Gastronomic routes in Portugal: opportunities and future challenges

CRISTINA BARROCO * [cbarroco@estgv.ipv.pt]

SUZANNE AMARO ** [samaro@estgv.ipv.pt]

Resumo | O turismo gastronómico tem vindo a assumir um papel de extraordinária importância em territórios que pretendem assumir-se como destinos turísticos. Este produto apresenta um conjunto diversificado de experiências, das quais se destacam as rotas gastronómicas. Estas proliferam um pouco por todo o mundo e Portugal não é exceção, sendo vistas como possíveis instrumentos de combate à sazonalidade, diversificando a oferta turística, atraindo visitantes para territórios menos desenvolvidos em termos turísticos e contribuindo para a melhoria das condições de vida das populações. Tendo em conta o importante papel que as rotas gastronómicas podem desempenhar para a sustentabilidade dos territórios, importa perceber como estão a ser criadas, desenvolvidas e aproveitadas. Não existindo uma fonte única centralizada com informação relativa às rotas portuguesas, este estudo apresenta o levantamento e análise de 15 rotas gastronómicas existentes em Portugal continental. Estas foram analisadas de acordo com seis parâmetros previamente estabelecidos que permitiram concluir que existem rotas espalhadas por todo o território nacional, que ocorrem durante todo o ano, englobando diferentes produtos regionais e aderentes diversificados. Contudo, são ainda em número reduzido e nem sempre aproveitam todas as características do território.

Palavras-chave | Turismo gastronómico, rotas gastronómicas, gastronomia, produtos regionais, desenvolvimento regional

Abstract | Gastronomic tourism has been assuming an increasingly important role in territories which aim to become tourist destinations. It covers a wide range of experiences, such as gastronomic routes, which have emerged worldwide, and Portugal is no exception. Gastronomic routes mitigate seasonality, diversify the tourist offer, attract visitors to less developed territories in terms of tourism, and improve

* **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Aveiro. **Professora Coordenadora** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu do Instituto Politécnico de Viseu e **membro** do Centro de Investigação em Serviços Digitais (CISeD).

** **Doutorada em Marketing e Estratégia** pela Universidade de Aveiro. **Professora Adjunta** na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu do Instituto Politécnico de Viseu e **membro** do Centro de Investigação em Serviços Digitais (CISeD).

the populations' quality of life. Given the vital role that gastronomic routes play in the sustainability of territories, it is essential to understand how they are being created, developed, and explored. Since there is no single centralized source of information on Portuguese routes, this study identifies 15 gastronomic routes in Portugal. The routes were analyzed according to six criteria. It was concluded that routes spread throughout the national territory, which occur throughout the year, encompassing different regional products and diversified members. However, they are still a small number, and they do not always take advantage of all the territory's characteristics.

Keywords | Gastronomic tourism, gastronomic routes, gastronomy, regional products, regional development

1. Introdução

A gastronomia e vinhos é considerado um dos produtos turísticos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal e as rotas gastronómicas podem ter um papel determinante para a sustentabilidade económica, social e ambiental do país. Em Portugal, e de acordo com a legislação em vigor (decreto regulamentar n.º 18/99 de 27 de agosto de 1999), as rotas temáticas devem privilegiar a divulgação e promoção dos contextos mais representativos da economia, cultura e natureza (Artigo 5.º 1f). Neste mesmo decreto é referido que os projetos de animação incluindo rotas, itinerários, ligadas à gastronomia têm o dever de "promover as receitas e formas de confeção tradicionais, designadamente incorporando as matérias-primas e os produtos de base local e regional, constituindo um meio de divulgação de estabelecimentos de restauração e bebidas tradicionais" (Artigo 5.º 1a). Sendo as rotas temáticas focalizadas num determinado tema, o qual constitui o núcleo da experiência, as rotas gastronómicas podem ser excelentes veículos para conhecer e explorar o território, experienciando formas de confeção tradicionais, descobrindo produtos endógenos e aprendendo mais sobre a região.

Nos últimos anos tem-se assistido ao surgimento de diversas rotas gastronómicas, um pouco por todo o mundo e em Portugal também. Não

existe, contudo, uma fonte única centralizada com informação relativa às rotas gastronómicas existentes em Portugal. Dada a sua importância, o presente trabalho tem como principais objetivos: identificar e caracterizar as rotas gastronómicas existentes em Portugal; identificar os criadores/dinamizadores das rotas; caracterizar os produtos regionais de base e os aderentes das rotas; identificar oportunidades para o desenvolvimento de outras rotas.

No presente artigo faz-se o enquadramento do turismo gastronómico e das rotas gastronómicas, destacando a sua importância para os territórios. É explicada a metodologia utilizada no estudo, seguida da apresentação e discussão dos resultados. Finalmente, são apresentadas as conclusões e implicações do estudo.

2. Turismo Gastronómico

A comida e o turismo estão cada vez mais interligados e o desenvolvimento da gastronomia como produto turístico tornou-se uma tendência (Zainal et al., 2010). A oferta de atividades relacionadas com comida está em franco crescimento (Stone et al., 2020), sendo que esta pode ser usada como um meio para guiar os turistas pelas regiões e países (Richards, 2002), tornando-se cada vez mais im-

portante para enfatizar a identidade local (Zainal et al., 2010). A gastronomia motiva as pessoas a visitarem determinados destinos (Tsai & Wang, 2017) pelo que deve ser valorizada pelos agentes privados e públicos (López-Guzmán & Jesus, 2011).

A gastronomia constitui um elemento-chave na promoção e competitividade dos destinos turísticos (UNWTO, 2017) e cada vez mais os turistas gastronómicos viajam à procura da autenticidade dos lugares através da comida, demonstrando preocupações com a origem dos produtos (UNWTO, 2012). Para a *World Food Travel Association* (2019) o turismo gastronómico já não é mais um segmento do turismo, é o *Core* da experiência da viagem e um *Must* no marketing de destinos. Para o turista gastronómico o consumo de alimentos supõe, mais do que disfrutar da comida, viver uma experiência através dos produtos identitários dos locais, sendo um participante ativo (Folgado-Fernández et al., 2017). O turismo gastronómico aplica-se aos visitantes que planeiam as suas viagens parcialmente ou totalmente para saborear a gastronomia do local ou realizar atividades relacionadas com a mesma (UNWTO, 2012).

A literatura considera o turismo gastronómico fundamental para o desenvolvimento turístico, económico e cultural dos destinos, uma vez que possibilita conhecer e disfrutar de forma organizada do processo produtivo de alimentos únicos, assim como a degustação da cozinha regional autóctone de cada lugar (Folgado-Fernández et al., 2017). O turismo gastronómico, pode ajudar a melhorar a qualidade de vida da população e devolver aos territórios a possibilidade de resgatar os costumes e tradições que em alguns casos estavam praticamente perdidos (Delgadillo & Valiente, 2019). De acordo com a *World Food Travel Association* (2019) o turismo gastronómico é o ato de viajar para experimentar o gosto do lugar, a fim de obter o sentido do lugar e as rotas gastronómicas permitem ao turista não só comer e beber aquilo que os territórios oferecem de melhor, mas

acima de tudo permite conhecer os territórios através desses atos.

3. Rotas Gastronómicas

Dentro do Turismo Gastronómico, um fenómeno em crescimento são as rotas gastronómicas (Roy et al., 2019). Estas são redes territoriais temáticas construídas em torno de um alimento e os seus objetivos ultrapassam o quadro turístico tendo em conta que também visam promover o desenvolvimento local e valorizar os produtos (Barra, 2006). As rotas também informam sobre outros locais de interesse histórico, promovendo o desenvolvimento económico de toda a região (La Torre et al., 2010; UNWTO, 2012). Muitas das rotas gastronómicas regionais são sazonais, refletindo a ligação entre os ciclos agrícolas e a produção local de alimentos (Richards, 2002).

O desenvolvimento de rotas e experiências turísticas relacionadas com produtos gastronómicos locais proporciona uma fonte de receitas adicional para os destinos, ajudando a promover o património histórico e a cultura (Folgado-Fernández et al., 2017). Para Mota e Gonçalves (2022) as rotas turísticas, baseadas em elementos imateriais, patrimoniais, culturais, gastronómicos e históricos, podem gerar postos de trabalho e benefícios económicos nos territórios em que se inserem. As rotas gastronómicas podem potenciar e promover a autenticidade e cultura através dos produtos típicos e tradicionais, assim como consolidar a sua qualidade e reputação (Delgadillo & Valiente, 2019).

De acordo com a THR (2006) uma rota deve cumprir com alguns requisitos chave: 1) Conceito (um nome que traduza a essência da experiência oferecida pela rota); 2) Estruturação (uma porta de entrada e de chegada “forte” e que dê força e prestígio ao conjunto da rota; variada e equilibrada combinação de elementos e ligação entre todos os componentes; sistema de sinalização específico da

rota); 3) Gestão (coordenação e cooperação entre os membros; elaboração e difusão de material informativo; criação de um símbolo gráfico). Delgadillo e Valiente (2019) apresentam os passos considerados essenciais para a criação de uma rota, sendo de destacar: a delimitação geográfica da rota; a realização de um estudo da oferta turística que permita identificar os bens, produtos e serviços que estão disponíveis para serem usufruídos pelos turistas; a identificação e realização de uma lista dos lugares onde se pode degustar a gastronomia e a identificação das receitas e modos de confeção e processos.

Existe um elevado número de rotas gastronómicas que têm sido criadas em todo o mundo. Estas podem ser de pequenas dimensões, desenvolvidas por um concelho (Rota da Rabanada em Caminha), rotas regionais, desenvolvidas por vários concelhos (Rota da Carpa em Carpathian e Lublin na Polónia, *Mozzarella Roads* em Itália), rotas nacionais, como a Rota do Mel no Brasil ou ainda rotas que envolvem vários países (Rota europeia do queijo: Espanha e Portugal e *Route of Olive Tree*: 18 países). São muitas as rotas que se organizam à volta de um produto chave, que muitas vezes dá o nome à própria rota (Rota do Queijo Bregenzerwald na Áustria, Rota dos Queijos e Rota do Cabrito em Córdoba, Rota da Pera e da Maça em Rio Negro; Rota do Café na Colômbia, Rota do Azeite na Croácia, Rota dos Espargos, Rota do Mexilhão e Rota do Lúpulo no Benelux, Rota do Presunto e Rota do Azeite em Espanha, Rota do Camarão Tigre na Malásia, Rota do Chocolate e do Queijo Gruyère na Suíça). As rotas podem aparecer, também, associadas a pratos ou produtos confeccionados (*Apple Pie Trail* em Ontário, Canadá ou *Donut Trail* no estado de Ohio nos EUA).

4. Metodologia

Realizou-se uma revisão de literatura na área do turismo gastronómico e das rotas gastronómicas numa perspetiva mundial e nacional. Posteriormente, estabeleceram-se conversas informais com pessoas ligadas aos pelouros do turismo de câmaras municipais, proprietários e chefes de restaurantes, confrades e investigadores na área da gastronomia e do turismo, seguida de uma pesquisa através da internet. Pretendia-se encontrar rotas gastronómicas desenvolvidas em Portugal continental que estivessem associadas a um produto, à confeção de um prato ou outras características gastronómicas. Propositadamente foram excluídas as rotas de vinho existentes por não se enquadrarem neste estudo, com exceção da Rota do Azeite e do Vinho Alentejano, por conter no seu nome a palavra Azeite. Esta metodologia permitiu identificar 15 rotas gastronómicas em Portugal possíveis de avaliar. Para a análise dessas rotas criou-se uma tabela com 6 aspetos determinantes:

- 1) *Nome da Rota*: pretendia-se perceber se o nome traduzia a essência da experiência oferecida e se era facilmente compreendido, sugestivo e atrativo;
- 2) *Organização e Parceiros*: o objetivo era identificar qual a entidade/empresa organizadora e os parceiros envolvidos;
- 3) *Descrição Sumária da Rota*: neste item pretendeu-se apresentar a rota de uma forma concisa para que se percebesse em que consistia a mesma;
- 4) *Calendarização*: pretendia-se verificar se as rotas poderiam ser instrumentos de combate à sazonalidade, verificando se poderiam ser realizadas em qualquer altura do dia e do ano;
- 5) *Preço*: relativamente a este aspeto o objetivo era perceber quais os serviços das rotas que eram pagos e os valores envolvidos;

6) Outros aspetos: aqui pretendia-se identificar outras características consideradas importantes ou distintivas da rota.

5. Apresentação e Discussão dos Resultados

Da análise da Tabela 1 pode concluir-se que todas as Rotas apresentam nomes que traduzem a experiência oferecida na rota, sendo facilmente compreendido pelo visitante. Relativamente à organização e parceiros, as rotas são organizadas maioritariamente pelos municípios (7 rotas) ou apoiadas pelos mesmos (2), existindo 4 rotas da responsabilidade da CP (Comboios de Portugal), uma rota organizada por um meio de alojamento (Rota do Pastel de Vouzella) e outra organizada por uma marca de cervejas (Rota de Tapas Estrella Damm). As Confrarias aparecem em duas das rotas analisadas (Rota da Vitela de Lafões e Rota do Bacalhau) e as associações surgem também em duas. De salientar que são vários os parceiros associados às rotas como restaurantes, bares, cafés, pastelarias, mercearias, meios de alojamento, museus, postos de turismo, associações de desenvolvimento, coletividades, cooperativas agrícolas, instituições de ensino, entidades regionais de turismo e o próprio Turismo de Portugal.

A análise da estrutura das rotas permite concluir que algumas decorrem em áreas geográficas muito delimitadas e menos atrativas em termos turísticos (Percurso da Castanha e do Mel em Macieira ou a Rota do Caracol em Arruda dos Vinhos). Existem rotas que levam os visitantes a conhecer todo o concelho (Rota da Rabanada), e outras que envolvem várias cidades (Rota das Tapas Estrella Damm e Rota do Petisco) ou vários concelhos (Rota da Cabidela). Também não deixa de ser curioso, verificar que a própria CP desenvolveu 4 rotas gastronómicas, considerando este produto como uma oportunidade para o incremento da venda de bilhetes de comboio. As rotas são,

também, uma oportunidade para conhecer outras estruturas turísticas, culturais e naturais, como lagares de azeite, unidades de enoturismo, museus, soutos de castanheiros e participar em atividades diferenciadoras como observação de fauna e flora, ou passeios de barco, onde a gastronomia, embora seja o componente principal, alia-se a muitos outros produtos. De referir, ainda, que na Rota do Petisco foi desenvolvida uma rota especificamente para as crianças (Rota dos Mômes Pequenes) que pode ser um bom exemplo a seguir pelas restantes rotas.

Relativamente à calendarização pode afirmar-se que em todos os meses do ano decorrem rotas. Treze das 15 rotas apresentadas são organizadas em alturas específicas do ano e têm uma duração limitada conforme se pode verificar na Tabela 1. A Rota do Pastel de Vouzella é a única que se pode realizar durante todo o ano, no período diurno e/ou noturno e a Rota do Borrego da Marofo está disponível todo ano, mas só aos sábados e quinzenalmente. Algumas rotas são sazonais, tendo em conta os produtos associados (ex: Rota da Rabanada na época natalícia ou Rota da Lampreia de fevereiro a abril).

Quanto ao valor a pagar, este é muito variável, tendo em conta que as 15 rotas apresentam atividades e experiências completamente distintas. Existem rotas com valores mínimos e máximos definidos (Rota da Rabanada, entre 1€ e 5€ e a Rota do Azeite da Beira Baixa, entre 45€ e 52€), algumas estabelecem um preço recomendado (Rota das Tapas Estrella Damm), outras têm um preço fixo que inclui a degustação dos produtos e outras ofertas (Rota do Pastel de Vouzella, Percurso da Laranja, Rota do Azeite e do Vinho Alentejano) e algumas rotas não têm preços definidos, dependendo o mesmo do valor a pagar nos restaurantes (Rota da Vitela de Lafões, Rota da Cabidela, Rota do Caracol, Rota do Bacalhau, Rota da Cereja do Fundão).

Tabela 1 | Rotas Gastronómicas em Portugal

Nome	Organização / Parceiros	Descrição Sumária	Calendarização	Preço	Outros aspetos
Rota da Rabanada	Atividade da programação de Natal do Município de Caminha em parceria com o Posto de Turismo e os estabelecimentos aderentes	A rota passa pelas 14 freguesias do concelho de Caminha e decorre em cerca de 30 estabelecimentos diferentes (cafés, pastelarias, mercearias, hotéis e restaurantes) que confeccionam 38 tipos de Rabanada	Decorre de 1 a 31 de dezembro	O preço de cada rabanada varia entre 1€ e 5€	Existe um Passaporte que é oferecido aos participantes (a cada 5 selos, têm direito a uma oferta do Município)
Rota da Vitela de Lafões	Município de Vouzela, TCP, Confraria Gastrónomos Lafões, Associação Empresarial Lafões, Cooperativa Agrícola Vouzela)	Durante 17 dias, 8 restaurantes da região de Vouzela dedicaram as suas ementas a este produto certificado que é uma das imagens de marca do concelho	Entre novembro e dezembro	Não existe preço definido para os restaurantes	Incentivam a participação das pessoas através da atribuição de prémios oferecidos pelo Município
Rota do Pastel de Vouzella	Uma iniciativa privada, liderada pela Casa-Museu (Hospedaria de Charme), com o apoio do Município de Vouzela	É efetuada pelas casas onde se confeccionam os pastéis de Vouzela, aliando o património arquitetónico. Rota circular com uma extensão de 1,5 kms que passa por 12 estações na vila de Vouzela com a duração de cerca de 1h30	Pode realizar-se em período diurno e/ou noturno, durante todo o ano	10€/pessoa (a Rota termina sempre na Casa Museu, com a degustação do Pastel de Vouzela)	Integra alguns pacotes turísticos como Odisseias, Lifecooler e outras empresas especializadas na promoção de eventos
Percurso da Laranja	Câmara Municipal de São Pedro do Sul e Termalístur	É um percurso por trilhos e caminhos rurais, com 12 kms, uma dificuldade média / alta e com a duração de 3h30 por Valadares e São Pedro do Sul.	Mês de maio (1ª edição decorreu em 2014)	10€/pessoa (inclui acompanhamento, seguro, t-shirt, transporte, almôço)	Inserido na XIII Feira da Laranja
Percurso da Castanha e do Mel	Câmara Municipal de São Pedro do Sul	Percurso realizado por soutos de castanheiros em Macieira, onde podem ser captados sons dos ouriços e folhas a cair	Já se realiza desde 2010, sempre em novembro	Grátis, mas com inscrição prévia	Inserido na Festa da Castanha e do Mel
Rota da Cabidela	Promovida pela K'aime Eventos	36 restaurantes de Oliveira de Frades, São Pedro do Sul, Vila Nova de Paiva, Viseu, Carregal do Sal, Mangualde, Nelas e Tondela promovem o prato Cabidela. Após a refeição os clientes preenchem um questionário, avaliando a qualidade e a simpatia do serviço.	De 08 a 25 de março (1ª edição em 2012)	Não existe preço definido para os restaurantes	Causa social: cada refeição servida vale 1€, a reverter a favor de uma Causa
Rota da Lampreia	Integra as Rotas Gastronómicas da CP (Comboios de Portugal)	Programa de 1 dia na Linha da Beira Baixa, até Tancos ou Barragem de Belver, no Ramal de Tomar até Santa Cita, com três restaurantes aderentes	Realiza-se anualmente de fevereiro a abril	Desconto no preço do bilhete. A refeição é paga no restaurante	Condições especiais no parque de estacionamento da Estação Lisboa Oriente
Rota do Borrego da Marófa	Integra as Rotas Gastronómicas da CP (Comboios de Portugal)	Programa de 1 dia no percurso Lisboa/Coimbra/Guarda, usando o Intercidades, Regional e Inter-regional. Conta com 5 restaurantes aderentes	Realiza-se aos sábados, quinzenalmente	Desconto no preço do bilhete. A refeição é paga no restaurante	Condições especiais no parque de estacionamento da Estação Lisboa Oriente

No que concerne a outros aspetos, analisaram-se características consideradas importantes ou distintas da rota. Existem 2 rotas que disponibilizam um passaporte e 4 rotas associadas a eventos gastronómicos. Seis das 15 rotas analisadas repre-

sentam produtos certificados portugueses: o Bacalhau de cura tradicional portuguesa (Especialidade Tradicional Garantida - ETG), o Azeite do Alentejo e o Azeite da Beira Baixa (Denominação de Origem Protegida - DOP), o Borrego da Marófa

Tabela 1 | Rotas Gastronómicas em Portugal (continuação)

Nome	Organização / Parceiros	Descrição Sumária	Calendarização	Preço	Outros aspetos
Rota do Azeite da Beira Baixa	Integra as Rotas Gastronómicas da CP (Comboios de Portugal)	Programa de 1 dia no percurso Lisboa/Rodão e volta. Inclui almoço, passeio de barco, observação de fauna e flora, visita ao lugar de Varas de Rodão e visita à Herdade da Tojeira, prova de azeite e Tibornada	Efetua-se aos sábados entre novembro e dezembro	O preço varia entre 49€ e 52€ dependendo da Estação de origem	Refeições com produtos típicos (ex. cabrito estornado), permitindo a prova e compra de azeite biológico
Rota do Azeite e do Vinho Alentejano	Integra as Rotas Gastronómicas da CP (Comboios de Portugal)	Partida de Lisboa Oriente e saída na Estação Ermidas-Sado. <i>Transfer</i> para Ferreira do Alentejo. Visita ao museu "Adega do Zé Lélito"; Visita "Ruas com História"; Visita ao Lagar de azeite com prova de azeite; Visita à Herdade do Pinheiro com prova de vinhos	Realiza-se de outubro a março, de terça-feira a sábado	O preço varia entre 49€ e 57€ dependendo da Estação de origem	Refeições com produtos típicos e num dos pontos de paragem tem a atuação de um Grupo de Cante Alentejano
Rota do Caracol	Promovida pelo Município de Arruda dos Vinhos	Podem ser degustados os caracóis, desde o típico petisco até aos pratos mais elaborados nas 7 <i>coletividades</i> e 6 <i>restaurantes aderentes do Concelho de Arruda dos Vinhos</i>	Mês de julho (<i>edição de 2021</i>)	Preço de acordo com a ementa escolhida	Englobado no evento: Mostra Gastronómica
Rota do Bacalhau	Promovida pelo Município de Ílhavo e Confraria Gastronómica do Bacalhau	Passa pelo Porto Bacalhoeiro, Museu Marítimo de Ílhavo, Navio-Museu Santo André, Farol da Barra e conta com momentos de degustação de bacalhau no restaurante Bela Ria	Está integrada no Festival do Bacalhau que se realiza em agosto	Preço associado à visita e à ementa no restaurante	O Bacalhau de cura tradicional portuguesa está classificado como um produto ETG
Rota Gastronómica da Cereja do Fundão	Promovida pelo Município do Fundão conta com vários restaurantes como parceiros	Esta Rota decorre em prestigiados restaurantes das cidades do Porto e Lisboa que apresentam nos seus menus pratos originais com a utilização da cereja do Fundão	Entre junho e julho (vai já na 8ª edição)	Preço associado à ementa dos restaurantes	Associada a um produto IGP. Ocorre num espaço geográfico diferente da sua produção
Rota de Tapas Estrella Damm	Promovida pela Estrella Damm, conta com o apoio dos municípios onde decorre, instituições de ensino, Turismo de Portugal, Turismo do Porto e Norte, RFM, etc.	Vários Chefs foram desafiados a confeccionar uma tapa única e especial. Em 2020 foram criadas 177 tapas em 9 cidades (Lisboa, Porto, Braga, Faro, Aveiro, Évora, Viseu, Castelo Branco, Caldas da Rainha). Cada cidade disponibiliza um mapa com todos os aderentes	Entre setembro e outubro	Preço recomendado: 3€ (1 tapa + 1 Estrella Damm)	Sorteio de uma viagem a Barcelona para 2 pessoas / 3 dias com jantar no Tickets
Rota do Petisco	Dinamizado pela Associação Teia D'Impulsos	Projeto de caniz cultural e recreativo que consiste num roteiro gastronómico, envolvendo diversos estabelecimentos de restauração em 13 localidades algarvias (última edição). Este conceito nasceu em Portimão em 2011. Integra a <i>Rota dos Móces Pequenos</i> (ementas para crianças)	Entre setembro e outubro	A apresentação do passaporte dá direito ao menu: petisco e bebida (3€) ou ao menu: sobremesa e bebida (2€)	Vertente solidária: 1,5€ do passaporte reverte para uma causa (nos últimos 6 anos já conseguiu angariar cerca de 126.000 €)

(DOP), a vitela de Lafões (Indicação Geográfica Protegida - IGP) e a cereja do Fundão (IGP). De notar que esta última rota é a única que ocorre num espaço geográfico diferente da produção, ou

seja, a rota é alusiva à cereja do Fundão, mas ocorre em vários restaurantes das cidades de Lisboa e Porto. A confeção dos pratos com produtos típicos e métodos de confeção únicos estão presen-

tes em várias rotas e os visitantes podem, ainda, assistir a vários momentos de animação. Finalmente, é de louvar que algumas rotas se tenham associado a causas sociais: na Rota da Cabidela 1€ por cada refeição reverte a favor de uma causa e na Rota do Petisco, o valor do passaporte reverte também para uma causa.

6. Conclusão e Implicações

Relativamente às rotas gastronómicas existentes em Portugal, foram identificadas somente 15 rotas de temática gastronómica, que é um número relativamente reduzido, principalmente comparando com outras rotas temáticas (de carácter natural e/ou cultural). Apesar do número ainda reduzido, as rotas portuguesas encontram-se espalhadas um pouco por todo o território, permitindo atravessar-se o país de Norte a Sul a conhecer, explorar e descobrir os atrativos de uma região, os saberes e sabores de um povo, através da gastronomia. Verifica-se que algumas são em locais distantes das grandes cidades e menos atrativos em termos turísticos, o que corrobora um estudo recente desenvolvido por Mota e Gonçalves (2022), em que concluem que as rotas podem constituir-se num importante agente de desenvolvimento nas regiões não metropolitanas. As rotas permitem, ainda, que o turista conheça outras estruturas turísticas, culturais e naturais e participe em atividades diferenciadoras. A importância destes aspetos tinha já sido referenciada por Barrera (2006) ao afirmar que as rotas visam promover o desenvolvimento local e valorizar os produtos, pela UNWTO (2012) e por La Torre et al. (2010) ao referirem que as rotas informam sobre outros locais de interesse.

Neste estudo, também, é possível concluir que algumas das rotas gastronómicas portuguesas acontecem em épocas específicas do ano, indo ao encontro do afirmado por Richards (2002) ao de-

tetar a existência de rotas gastronómicas sazonais, tendo em conta os produtos associados e a ligação entre os ciclos agrícolas. Este estudo permitiu identificar que as rotas alvo de análise são dinamizadas/promovidas quer por agentes públicos (e.g. municípios), quer por privados (e.g. meios de alojamento), o que vai ao encontro do defendido por López-Guzmán e Jesus (2011), de que a gastronomia deve ser valorizada pelos agentes privados e públicos.

O estudo da THR (2006) destacava que o nome da rota é determinante e deve traduzir a essência da experiência oferecida. Isto reflete-se nas rotas analisadas, tendo em conta que todas apresentam nomes identitários que traduzem a experiência que oferecem.

O correto desenvolvimento das rotas gastronómicas pode trazer muitos impactos positivos para o território, dos quais se destacam: a promoção e valorização dos produtos locais, a preservação dos sabores e saberes de geração em geração, a dinamização do comércio e da economia local/regional, a criação de postos de trabalho, a projeção dos territórios como destinos turísticos e a atração de mais visitantes. As rotas gastronómicas podem ajudar, também, a resolver o problema da sazonalidade, uma vez que quando bem trabalhadas, permitem disponibilizar produtos ao longo de todo o ano. São uma oportunidade para os visitantes conhecerem localidades que à partida não seriam tão atrativas turisticamente e experimentar sabores, aromas e tradições, ajudando ao desenvolvimento das comunidades.

O levantamento realizado neste estudo e análise das rotas permite identificar algumas oportunidades e desafios na criação de novas rotas e na dinamização das existentes:

- 1) É importante que as rotas ajudem a promover as receitas e formas de confeção tradicionais (muitas vezes já esquecidas), incorporando as matérias-primas e os produtos de

base local e regional, constituindo ao mesmo tempo um meio de divulgação de empresas e instituições. Estas devem ser, também, instrumentos de inclusão de pequenos produtores, contribuindo para a sustentabilidade dos territórios a nível económico, social e ambiental. Para isso, torna-se determinante que se combinem as rotas gastronómicas com outros recursos do território dentro do âmbito cultural, patrimonial e natural. O trabalho em rede dentro de cada uma das rotas e entre as diferentes rotas pode, também, ser muito interessante. O turista que realiza a Rota do Azeite poderá ter interesse em realizar, também, a Rota do Bacalhau, por exemplo.

2) Face ao número tão elevado de produtos certificados em Portugal (mais de 60 DOP's e mais de 70 IGP's) seria uma mais-valia a criação de rotas gastronómicas alusivas aos mesmos. A título de exemplo poder-se-ia criar a Rota do Mel em Portugal, passando pelos 9 tipos de mel portugueses classificados como DOP. Esta rota poderia incluir visitas a colmeias, retirar os favos, extrair o mel, elaborar receitas com mel, aprender os benefícios da utilização do mel para tratamentos de cosmética, compra de mel, ser apicultor por um dia, entre outras experiências.

3) As dezenas de eventos gastronómicos que ocorrem, a todo o momento, em todo o país podem servir para o desenvolvimento de mais rotas associadas a estes, à semelhança daquilo que já acontece com algumas das rotas analisadas neste trabalho.

4) As rotas gastronómicas são um meio eficaz de melhorar a experiência turística (Roy et al., 2019) e os turistas gastronómicos procuram essas experiências (Mason & O'Mahony, 2007). Deste modo, independentemente das rotas que se venham a criar,

deve ser dada a oportunidade ao turista de ser a personagem principal das mesmas, ou seja, as rotas gastronómicas mais do que rotas que dão a conhecer produtos ou pratos, devem proporcionar experiências no território.

Em termos de limitações e conforme referido anteriormente, este é um estudo preliminar, pelo que se torna determinante realizar uma análise aprofundada em todo o território nacional, que permita inventariar e caracterizar minuciosamente todas as rotas de temática gastronómica.

Agradecimentos

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Refª UIDB/05583/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação em Serviços Digitais (CISeD) e ao Politécnico de Viseu pelo apoio prestado.

Referências

- Barrera, E. (2006). Rutas alimentarias. Estrategias culturales de desarrollo territorial. *Patrimonio Cultural y Turismo*, 15, 1-17.
- Decreto Regulamentar nº. 18/99 de 27 de agosto. Diário da República: Série I-B, Nº. 200 (1999). Disponível em: <https://dre.pt/application/conteudo/533800>
- Delgadillo, M. F. P. & Valiente, M. F. T. (2019). Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta: una propuesta de sustentabilidad turística. *Turismo y Sociedad*, 25, 169-194. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n25.09>
- Folgado-Fernández, J. A., Palos-Sánchez, P. R., Campón-Cerro, A.M. & Hernández-Mogollón, J.M. (2017). Productos gastronómicos com identidade y desarrollo del destino turístico. Un estudio sobre rutas del queso en

- España. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 93-109.
- La Torre, M. G. M. V. D., Fernández, E. M., & Perez-Naranjo, L. M. (2010). Olive oil tourism as a vehicle for rural development in the province of Cordoba. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 13/14(2), 739-748. <https://doi.org/10.34624/rtd.v2i13/14.12351>
- López-Guzmán, T. & Jesus, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922.
- Mason, R., & O'Mahony, B. (2007). On the trail of food and wine: The tourist search for meaningful experience. *Annals of Leisure Research*, 10(3-4), 498-517. <https://doi.org/10.1080/11745398.2007.9686778>
- Mota, C. V. & Gonçalves, F. F. (2022). Segmentação das rotas turísticas em Portugal Continental – Uma análise de clusters. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 39, 139-154. <https://doi.org/10.34624/rtd.v39i0.30432>
- Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? In Hjalager, A.M., Richards, G. (Eds), *Tourism and Gastronomy*, Routledge, London, New York, 3-20.
- Roy, N., Gretzel, U., Waitt, G., & Yanamandram, V. (2019). Gastronomic trails as service ecosystems. In S.K. Dexit (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 169-178). Routledge.
- Stone, M.J., Migacz, S., Garibaldi, R., Stein, N., & Wolf, E. (2020). *2020 State of the Food Travel Industry Report*. Portland, OR: World Food Travel Association.
- THR (2006). *Touring Cultural e Paisagístico*. Turismo de Portugal, ip.
- Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 56-65. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.003>
- UNWTO (2017). *Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism*, UNWTO, Madrid.
- UNWTO (2012). *Global Report on Food Tourism*. AM Reports: Volume four, World Tourism Organization.
- World Food Travel Association (2019). *2019 State of the Food Travel Industry Report*. World Food Travel Association.
- Zainal, A., Zali, A. N. & Kassim, M. N. (2010). Malaysian gastronomy routes as a tourist destination. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 2(1), 15-24.