



# FOOD ECO- CULTURE EDU

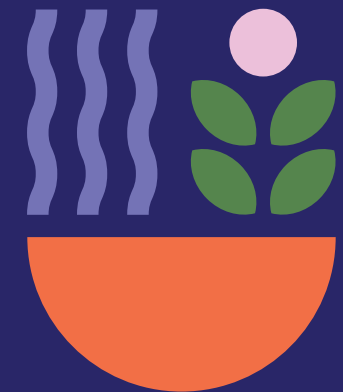
Connecting Disciplines in European Higher Academia



## Módulo 4

ALIMENTAÇÃO,  
TURISMO E  
EXPERIÊNCIAS  
LOCAIS

[www.foodecocultureedu.eu](http://www.foodecocultureedu.eu)



Co-funded by  
the European Union



# ÍNDICE

**01** Introdução

---

**02** Objetivos de aprendizagem

---

**03** Estrutura do módulo / Estudos de caso / Exercícios para os alunos

---

**04** Conclusão / Resumo / Leituras adicionais

---



Co-funded by  
the European Union

This license requires that reusers give credit to the creator. It allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, even for commercial purposes. If others remix, adapt, or build upon the material, they must license the modified material under identical terms.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

# 01

## INTRODUÇÃO



# Introdução

A comida é mais do que nutrição – é cultura, identidade, economia e lugar. Em toda a Europa e além, o que comemos, quando, onde e como comemos influenciam a forma como os destinos são vividos, recordados e valorizados.

Desde mercados locais e quintas familiares a festivais gastronómicos e rotas culinárias, a gastronomia desempenha um papel central na forma como as comunidades contam as suas histórias e como os visitantes se conectam com o lugar.

**Este módulo explora a interseção entre comida, turismo e desenvolvimento baseado no local**, com forte ênfase na aprendizagem experiencial, sustentabilidade e valor comunitário.



02

**RESULTADOS DE APRENDIZAGEM**



# Resultados da aprendizagem

No final do módulo, os alunos serão capazes de:

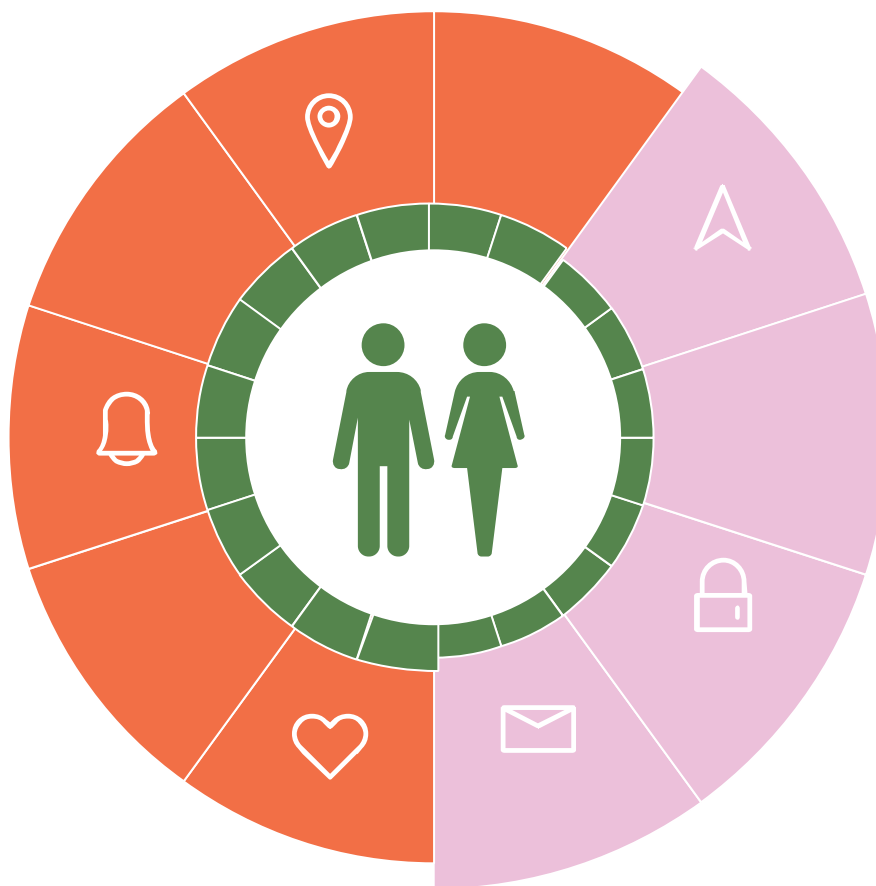
Compreender as ligações entre alimentação, cultura e turismo



Conceber e avaliar experiências envolventes de turismo gastronómico



Adquirir competências práticas através de visitas de campo, exploração sensorial e análise de destinos



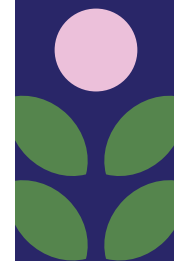
Aplicar princípios de desenvolvimento sustentável e baseado no local do turismo



gastronómico  
Colaborar com a comunidade e as partes interessadas da indústria para explorar a inovação no turismo gastronómico



Analisar e mapear destinos gastronómicos e recursos culinários locais



03

**ESTRUTURA DO MÓDULO**



# Estrutura do módulo

**Parte A**  
Fundamentos  
de  
Alimentação,  
Cultura e  
Turismo

**Parte B**  
Desenvolvimento  
baseado no local:  
conceitos e  
prática

**Parte C**  
Sistemas  
alimentares e  
sustentabilidade

**Parte D**  
Conceção de  
experiências de  
turismo  
gastronómico

**Parte E**  
Perspetivas de  
inovação,  
comunidade e  
indústria

**Parte F**  
Componente  
experencial



## Parte A

### Fundamentos da gastronomia, cultura e turismo: tópicos principais

- A alimentação como expressão cultural: identidade, tradição, narrativa.
- Turismo gastronómico: definições, tipologias, tendências globais.
- Turismo experiencial e o papel da gastronomia.

O turismo gastronómico é definido como um **conceito da antropologia cultural que engloba as interações dos turistas com um local através da comida, refletindo a história, as tradições e as identidades de um destino**. Enfatiza a importância da autenticidade e do envolvimento experiencial no consumo da culinária local como parte da experiência turística.

– Definição baseada em: Gestão do Turismo, 2018

<https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/food-tourism>

Clique para saber mais



# ESTUDO DE CASO

## A Rota Gastronómica do Burren

O Burren é uma paisagem calcária distinta no oeste da Irlanda, conhecida pela sua biodiversidade, tradições agrícolas e forte sentido de pertença.

A Rota Gastronómica do Burren é uma rede de agricultores, produtores, cafés, restaurantes e experiências gastronómicas.

A comida aqui não é um complemento — é uma porta de entrada para compreender o local. Assista aos vídeos nos slides a seguir para ver como a comida se torna parte da identidade e da história da região.

[Clique para ler](#)



<https://burren.ie/taste-the-burren/burren-food-trail/>

# BURREN FOOD Trail



[Rota Gastronómica do Burren -  
Ballyvaughan](#)



[Rota Gastronómica do Burren - Doolin](#)

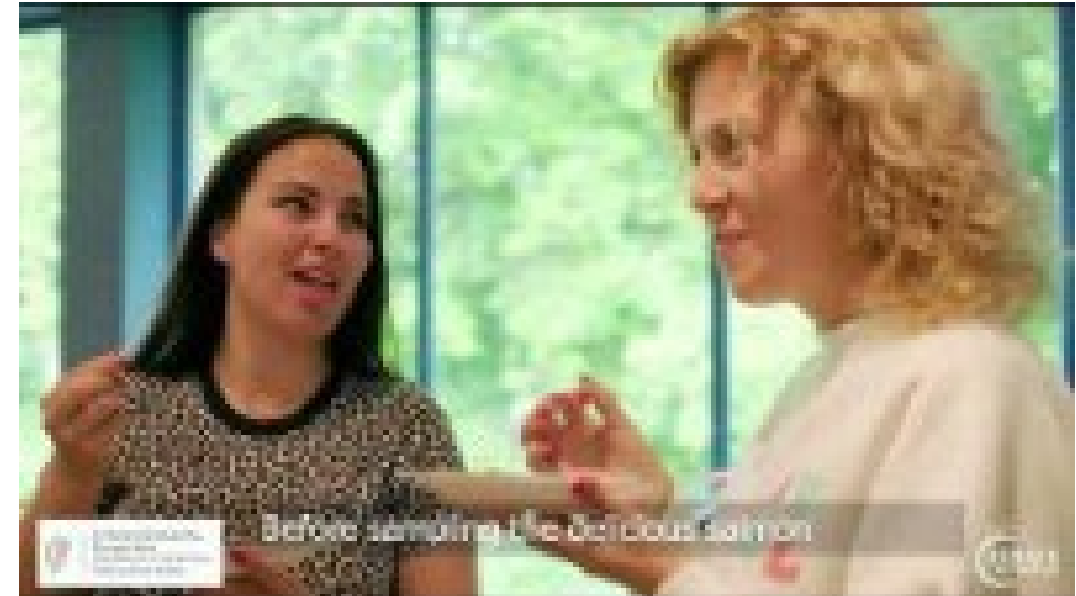
Clique para  
ver



# BURREN FOOD Trail



[Rotas Gastronómicas do Burren – Kilfenora](#)



[Rotas Gastronómicas do Burren – Salmão fumado, cervejas artesanais e uísque!](#)

Clique para ver



# Exercício para o aluno



Exercício de reflexão – **Alimentação, memória e lugar**

**Objetivo:** Consciencializar sobre a comida como identidade cultural e narrativa

Pense numa comida que represente fortemente *a sua origem*

Escreva respostas curtas para:

- Qual é a comida?
- Onde é normalmente consumida ou produzida?
- Quem a prepara?
- Que memórias, emoções ou histórias ela traz consigo?
- Este alimento faria sentido numa experiência turística? Porquê / por que não?

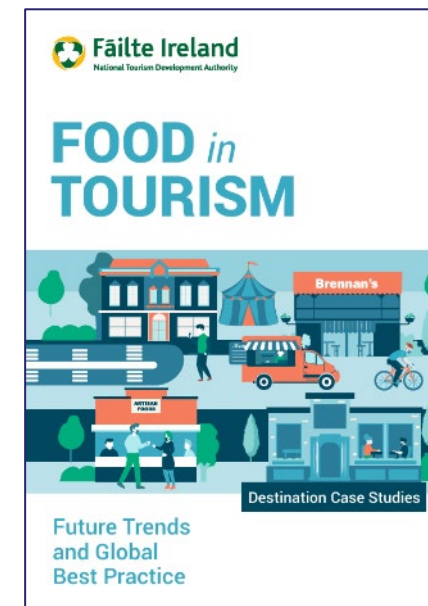
## Parte B

### Desenvolvimento baseado no local: conceitos e prática

- O que é desenvolvimento baseado no local?
- A alimentação como motor da regeneração rural e urbana.
- Mapeamento das identidades alimentares regionais e do património gastronómico.

As histórias locais contadas através da alimentação tornar-se-ão mais comuns à medida que as experiências dos visitantes misturam o património de um local com a sua história alimentar local.

As tendências globais do turismo, combinadas com novos padrões de comportamento do turismo gastronómico, destacam o papel significativo que a comida terá na recuperação dos destinos e na resiliência futura.



[Future-Trends Best-Practice Destination s.pdf](#) Fáilte Ireland

Clique para  
saber mais

# ESTUDO DE CASO

## Sabores das Midlands

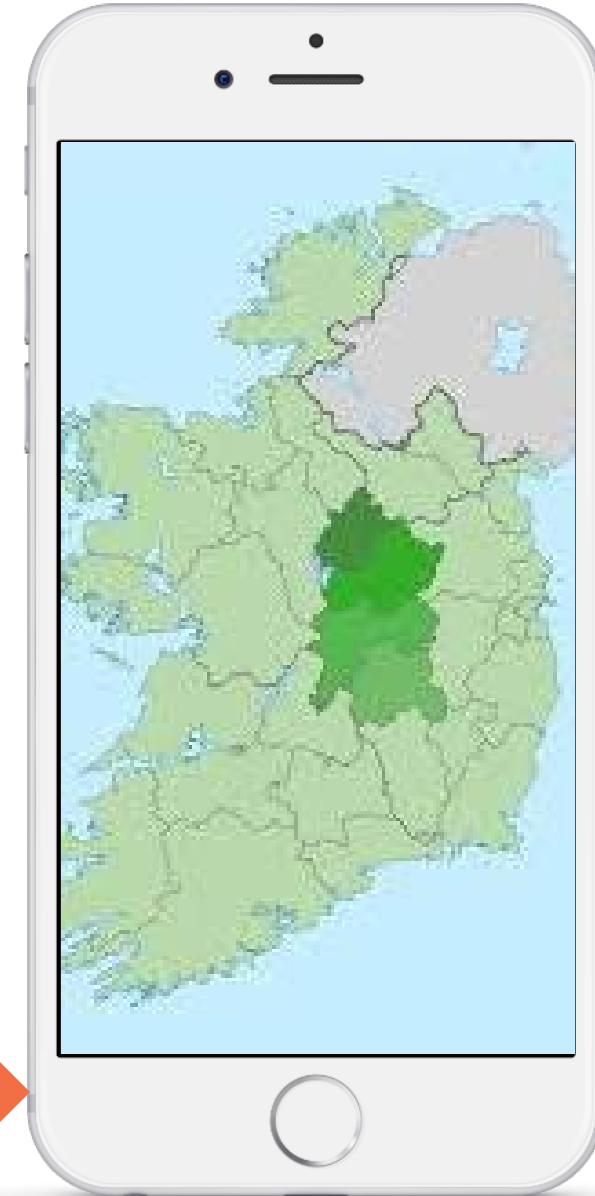
A região central da Irlanda é caracterizada por terras agrícolas, cursos de água, pequenas cidades e fortes tradições agrícolas.

Historicamente, a região tem sido menos visível na narrativa turística da Irlanda em comparação com destinos costeiros ou urbanos.

A região de Midlands é composta por quatro condados: Laois, Offaly, Longford e Westmeath. Grande parte da região é constituída por pântanos, que foram intensivamente explorados para a produção de turfa (carvão vegetal) para uso na produção de eletricidade e aquecimento doméstico.

A região é famosa pelos seus produtos agrícolas, particularmente pela indústria da carne e dos laticínios. Há também uma longa associação com a indústria do uísque.

[Clique para ler](https://designedly.ie/case-study/midlands-flavours/)



<https://designedly.ie/case-study/midlands-flavours/>

# ESTUDO DE CASO

A Midlands Flavours é uma iniciativa e rede regional alimentar que reúne:

- **Produtores locais**
- **Empresas alimentares e artesãos**
- **Partes interessadas do turismo e da comunidade**

O seu objetivo é fortalecer a identidade alimentar de Midlands, apoiar as empresas locais e posicionar a alimentação como catalisador do desenvolvimento local.

Em 2024, a região de Midlands realizou uma nova auditoria das necessidades de competências para compreender melhor as ofertas de educação e formação e as lacunas de competências em toda a região.

[Clique para ler](#)



# Exercício para o aluno



Exercício de reflexão – **Mapeando o sabor de um lugar**

**Objetivo:** Aplicar conceitos de desenvolvimento baseados no local através do mapeamento alimentar

## Tarefa

1. Escolha uma cidade, área rural ou região que conheça
2. Numa página em branco, esboce um mapa simples e adicione:
  - Produtos alimentares ou ingredientes locais
  - Produtores, mercados ou empresas alimentares
  - Tradições ou eventos relacionados com a alimentação
  - Paisagens relacionadas com alimentos (quintas, rios, ruas)
3. Identifique:
  - O que torna este lugar distinto?
  - Que histórias relacionadas com a alimentação são visíveis?
  - Que histórias estão em falta ou sub-representadas?

# Parte C

## Sistemas alimentares e sustentabilidade

- Sistemas alimentares locais: produção, distribuição e cadeias de valor.
- Questões de sustentabilidade: quilómetros alimentares, sazonalidade, desperdício, resiliência.
- Alinhamento do turismo alimentar com os ODS e os princípios da economia circular.
- Governança e atores políticos: Organizações de Gestão de Destinos (DMOs), quadros da UE.

Um sistema alimentar local não significa cultivar alguns legumes para a vizinhança. Significa repensar completamente a forma como abordamos a agricultura, as nossas dietas e a origem dos nossos alimentos. A transição para um sistema alimentar mais local cria uma comunidade mais resiliente, adaptável às alterações climáticas e sustentável.

Clique para  
saber mais



Alimentação local e  
segurança  
alimentar global  
Emily Folk



# ESTUDO DE CASO

## *Sustentabilidade para empresas do setor alimentar e de bebidas West Cork*

É um programa que visa fornecer formação prática a empresas do setor alimentar e de bebidas que desejam adotar ações mais conscientes do ponto de vista ambiental nas suas operações comerciais.

O programa está alinhado com as prioridades dos ODS, tais como Consumo e Produção Responsáveis e Comunidades Sustentáveis, porque os participantes aprendem a reduzir o desperdício, diminuir as emissões e construir cadeias de valor sustentáveis.

Clique para ler



<https://training.secad.ie/courses/sustainable-food-training/>

# Exercício para o aluno



## Exercício de reflexão – Traçando a jornada de uma refeição

**Objetivo:** Compreender os sistemas alimentares, os desafios da sustentabilidade e o alinhamento das políticas

**Tarefa:** Escolher uma refeição num restaurante, café ou experiência de turismo gastronómico

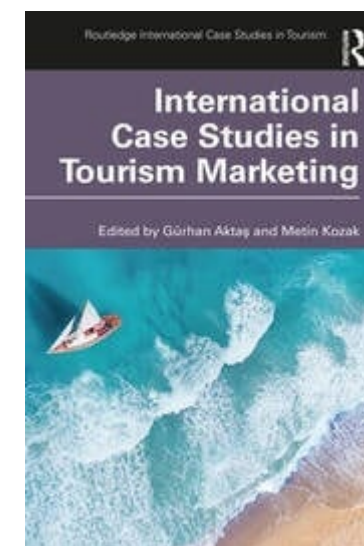
1. Trace o sistema alimentar por trás dela:
  - Onde foram produzidos os ingredientes principais?
  - Como foram processados e distribuídos?
  - Quem beneficia economicamente?
2. Identifique os fatores de sustentabilidade:
  - Distância percorrida pelos alimentos (local / nacional / internacional)
  - Ingredientes sazonais ou não sazonais
  - Práticas de geração e redução de resíduos

## Parte D

### Conceber experiências de turismo gastronómico

- Branding de locais e narrativas gastronómicas.
- Princípios de design de experiências para rotas gastronómicas, festivais e eventos de degustação.
- Papel dos meios digitais e da narrativa em destinos gastronómicos.

Os operadores turísticos gastronómicos devem desafiar-se a desenvolver produtos e serviços turísticos únicos e inovadores, combinando um aspeto mais amplo dos valores gastronómicos com a cultura do destino, o ambiente natural, o estilo de vida da população local, os benefícios para a saúde ou as questões de sustentabilidade, a fim de satisfazer as diferentes necessidades dos mercados turísticos gastronómicos.



Conceção de circuitos  
gastronómicos baseados  
na identidade  
gastronómica | 16 |  
Internacional C

Clique para  
saber mais

# ESTUDO DE CASO

## Blas na hÉireann (*Sabor da Irlanda*)

Blas na hÉireann, o Irish Food Awards, é a maior competição de produtos irlandeses de qualidade na ilha da Irlanda. Os eventos anuais do festival tornam-se a maior celebração da gastronomia irlandesa e seus produtores.

Os prémios são entregues na Blas Village, em Dingle. A vila torna-se um ponto central para produtores de todo o país se reunirem e celebrar o melhor da gastronomia e das bebidas irlandesas.

[Clique para ler](https://www.irishfoodawards.com/about-blas-na-heireann/)



<https://www.irishfoodawards.com/about-blas-na-heireann/>

# Exercício para o aluno



Exercício de reflexão

## Crie um festival relacionado com comida

**Objetivo:** Aplicar os princípios de branding de locais, design de experiências e storytelling através de um modelo de turismo gastronómico baseado em festivais

- Primeiro, escolha um local (vila, aldeia, bairro ou zona rural) para realizar o seu potencial festival.
- De seguida, faça uma pesquisa preliminar online sobre o que já está disponível nessa região. Existem mercados/festivais/formações?



# Exercício do aluno - continuação



## Defina o conceito do festival:

- Nome do festival
- Época do ano (e por que essa época é importante)
- Tema alimentar principal (ingrediente, produto, tradição ou culinária)

## Identifique a narrativa baseada no local:

- Que história este local pretende contar através da comida?
- Como é que o festival reflete a cultura, a paisagem ou o património local?



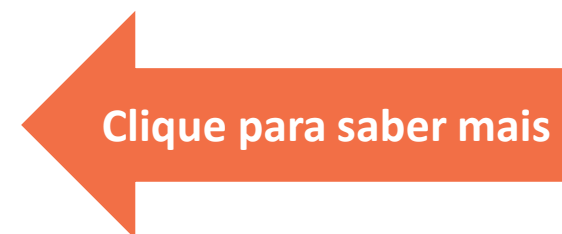
# Parte E

## Perspetivas de inovação, comunidade e indústria

- Empreendedorismo no turismo gastronómico: PME e ecossistemas de start-ups (por exemplo, Unidades de Incubação Alimentar).
- Inovação no turismo gastronómico: tecnologia, experiências imersivas, práticas regenerativas.
- Considerações éticas: voz da comunidade, representação cultural, trabalho justo.
- Seminários com chefs, produtores locais, DMOs ou especialistas em património convidados.

Os sistemas alimentares requerem uma transformação urgente e profunda para se tornarem sustentáveis, tanto na Europa como em todo o mundo. A inovação social desempenha um papel fundamental na transformação dos sistemas alimentares atuais em sistemas economicamente e socialmente viáveis e sustentáveis dentro dos limites planetários.

[Reimaginar o sistema alimentar através de inovações sociais | Publicações | Agência Europeia do Ambiente \(AEA\)](#)



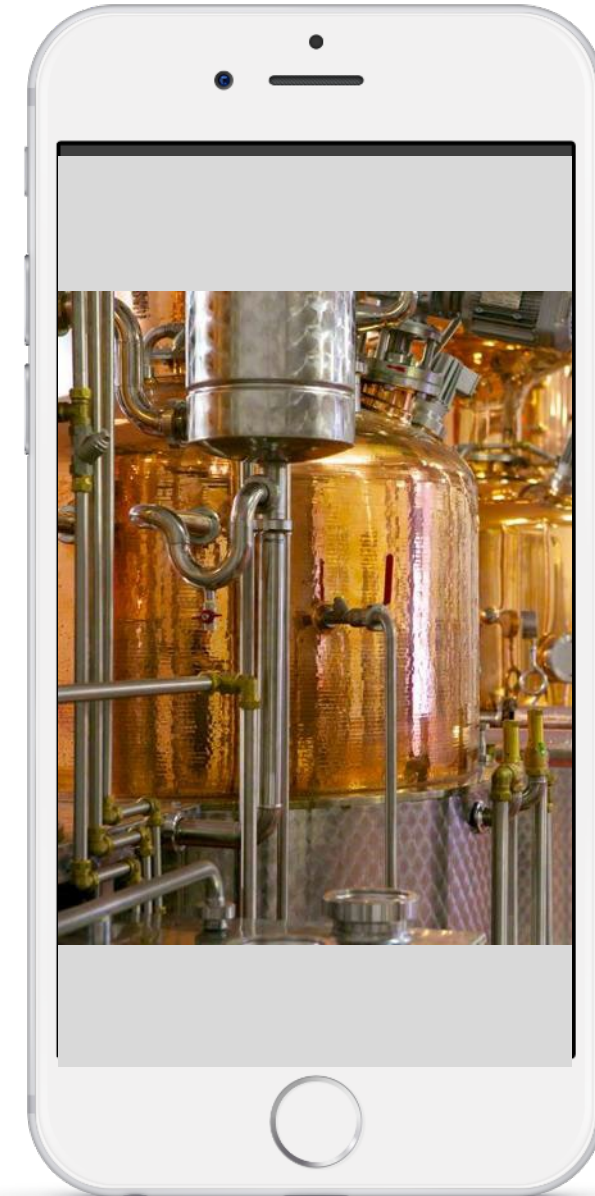
# ESTUDO DE CASO

## O Food Hub

O Food Hub é uma instalação de produção alimentar e educação baseada em Drumshanbo, no condado de Leitrim. Desde a sua criação em 2004, tornou-se o principal centro empresarial artesanal de produção alimentar com vários inquilinos da Irlanda, criado por uma empresa social.

A inovação no turismo gastronómico pode ser discreta, colaborativa e profundamente ligada ao local, não apenas à alta tecnologia. [A Shed Distillery](#) é um excelente exemplo disso em Drumshanbo.

Clique para  
[ler](#)



<http://thefoodhub.com/>

# Exercício para o aluno



Exercício de reflexão – **Quem ganha? Quem decide?**

**Objetivo:** Explorar criticamente a inovação, o empreendedorismo e a ética no turismo gastronómico

**Cenário:** Faz parte de um painel consultivo local para um projeto de inovação em turismo gastronómico.

**Escolha uma inovação:**

- Uma nova incubadora alimentar numa cidade rural
- Uma experiência gastronómica imersiva ligada ao património local

**Discuta com as principais partes interessadas:** empreendedores/PMEs, habitantes locais, trabalhadores, visitantes, autoridades locais

- O que ganham?
- O que correm o risco de perder?
- Qual é a voz mais forte?
- De quem é que falta a voz?

## Parte F

### Componente experiencial

- Visitas de campo a quintas, mercados, rotas gastronómicas, festivais.
- Aprendizagem com partes interessadas locais (chefs, decisores políticos, produtores).
- Análise do destino, mapeamento alimentar, exploração sensorial.

Os visitantes procuram experiências ativas nos destinos, proporcionando aos turistas a oportunidade de combinar os seus interesses ativos com novas formas de contar a história da gastronomia, por exemplo, passeios de bicicleta ou a pé, com elementos de experiência gastronómica, com produtores ou restaurantes locais.



Tendências  
Futuras Melhores  
Práticas Destino final.pdf  
- Fáilte Ireland

Clique para  
saber mais

# ESTUDO DE CASO

## A Rota Gastronómica e Artesanal de Kilkenny

**Combinando história, cultura e gastronomia**, esta trilha é uma criação da Trail Kilkenny, uma premiada organização sem fins lucrativos premiada, especializada numa variedade de rotas ao redor de Kilkenny.

**Chefs & Brewers:** os visitantes interagem com chefs e cervejeiros artesanais para compreender o desenvolvimento de receitas, ingredientes tradicionais e narrativas na gastronomia.

[Clique para ler](https://www.smithwicksexperience.com/the-final-draft/kilkenny-food-and-craft-trail)



<https://www.smithwicksexperience.com/the-final-draft/kilkenny-food-and-craft-trail>

# Exercício para o aluno



Exercício de reflexão – Mapeamento do património e da gastronomia em Kilkenny

**Objetivo:** Compreender a integração da gastronomia, do património e do turismo numa cidade regional e desenvolver competências na análise de destinos.

- Crie um mapa de Kilkenny ligando os principais produtores alimentares, mercados, restaurantes e locais patrimoniais.
- Destaque as rotas que um turista gastronómico poderia seguir para experimentar as tradições culinárias locais e o património medieval.
- Identifique os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e desafios (SWOT) de Kilkenny como destino de património gastronómico.

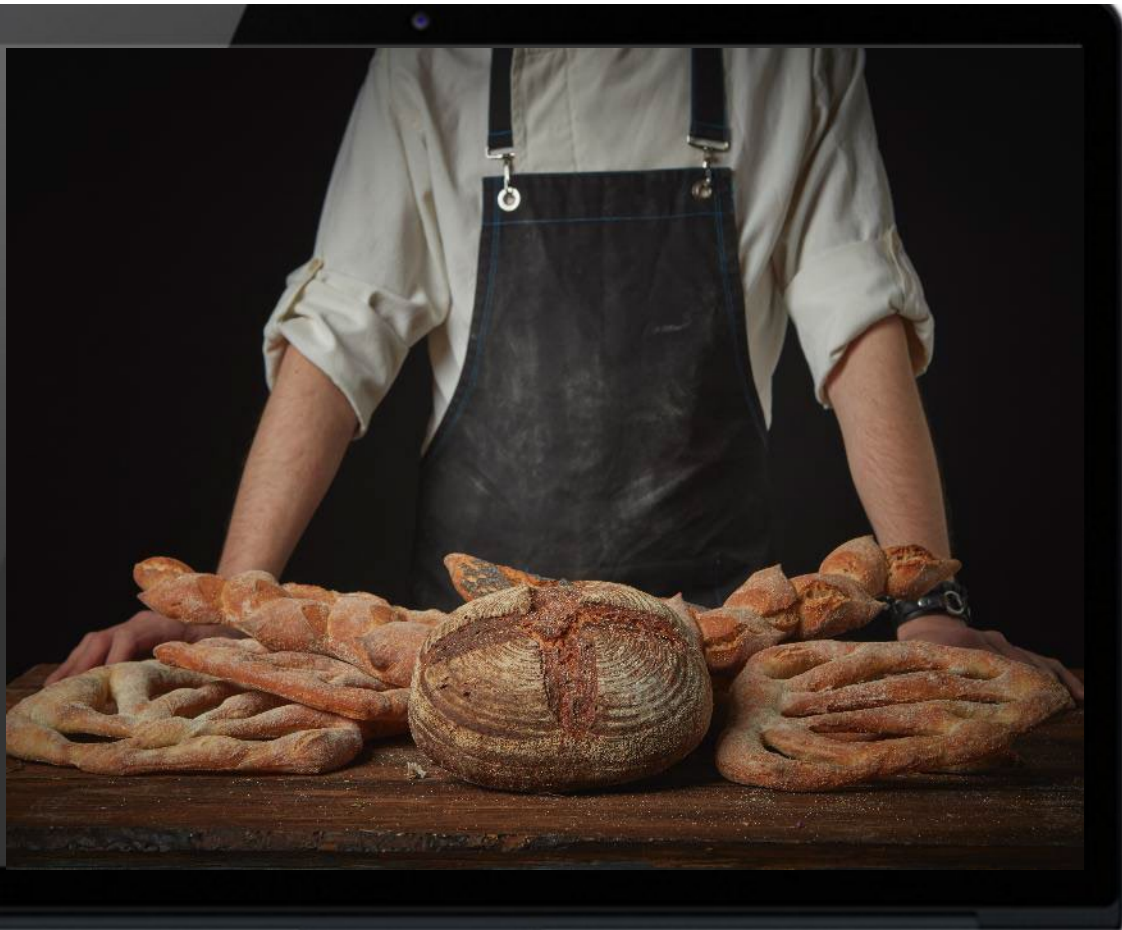
# 04

## Conclusão/Resumo



# As oportunidades que residem na gastronomia para o turismo

- O turismo gastronómico liga a cultura, o local e os sistemas alimentares locais.
- Abordagens sustentáveis e baseadas no local apoiam as comunidades e os produtores locais.
- Experiências bem concebidas aumentam o envolvimento dos visitantes e promovem a identidade regional.
- A colaboração entre a indústria, a comunidade e os decisores políticos impulsiona a inovação no turismo gastronómico.
- A aprendizagem prática através de visitas de campo e exploração sensorial reforça as competências práticas.
- Compreender a alimentação, a cultura e o turismo ajuda a criar experiências significativas, responsáveis e memoráveis para os visitantes.

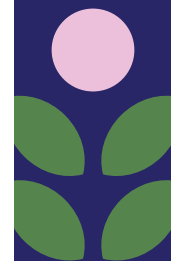




“

***É preciso provar uma cultura para  
compreendê-la***

– Deborah Cater.





Alguns vídeos sobre turismo gastronómico



*Uma imagem vale mais que mil palavras, um vídeo contém milhares de imagens*

## Um exemplo de promoção dos sabores rurais - prove a ilha - uma celebração da gastronomia e das bebidas da Irlanda



- Produtores artesanais apaixonados, chefs de alto calibre que trabalharam em algumas das melhores cozinhas do mundo, ingredientes locais frescos e uma indústria cervejeira e destiladora distinta criaram uma cena gastronómica de classe mundial.
- Conheça os produtores, sinta a agitação de um festival gastronómico e de um mercado de agricultores, ou siga uma rota gastronómica ao longo da ventosa Wild Atlantic Way ou através de alguns dos segredos mais bem guardados da nossa cidade... Junte-se a nós e prove a ilha.

[Taste the Island - uma celebração da gastronomia e das bebidas da Irlanda](#)

## Um exemplo de promoção de experiências gastronômicas, cultura e turismo



- A Good Food Ireland® Experiences promove boa comida, mas também mostra como isso está relacionado com os agricultores, pescadores, produtores, chefs e artesãos apaixonados que mostram a autêntica cultura gastronômica da Irlanda, ao mesmo tempo que defendem a sustentabilidade.
- Desde visitas a quintas e degustações a visitas a destilarias, aulas de culinária e aventuras culinárias privadas, a plataforma oferece experiências únicas criadas com orgulho e tradição. É possível mergulhar na rica herança culinária e na calorosa hospitalidade da Irlanda.

Good Food Ireland® lança a primeira plataforma irlandesa de experiências gastronômicas e de bebidas



**FOOD ECO-  
CULTURE EDU**

Connecting Disciplines in European Higher Academia

**OBRIGADO**

**Acompanhe a nossa jornada**



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

[www.foodecocultureedu.eu](http://www.foodecocultureedu.eu)