

Seminário Internacional de Turismo Criativo

Gastronomia: uma aposta “glocal” nas experiências criativas

Esposende, 17 de Maio de 2018

Notas Finais

Iniciados os trabalhos do “Seminário Internacional de Turismo Criativo”, María de la Cruz del Río Rama partilhou com todos os presentes as mais recentes pesquisas sobre “Gastronomia Criativa” destacando a sua importância para os destinos turísticos e o seu contributo para os territórios, na medida em que: (1) a gastronomia é parte integrante do turismo nos destinos; (2) a gastronomia pode contribuir para o desenvolvimento de novos produtos; (3) a gastronomia contribui para o fomento do empreendedorismo; (4) a gastronomia potencia o trabalho em rede.

A “Gastronomia Criativa” é algo muito recente em termos de investigação e ainda são escassas as pesquisas e poucos os investigadores nesta área, apesar do crescente interesse que este tema tem suscitado junto da Academia e da Indústria.

O Marcus Rocha partilhou com todos os presentes o mais recente posicionamento de Florianópolis: “Floripa Way of Life”.

Este posicionamento foi fortemente ancorado numa estratégia da Prefeitura de Florianópolis desenhada pelo Conselho Municipal de Inovação e que esteve também na origem da candidatura, em 2014, de Florianópolis a Cidade Criativa da Unesco na categoria Gastronomia.

Neste contexto de inovação foi trabalhado um novo conceito de Cidade: “Floripa uma cidade de experiências”, associada a um conjunto de inovações turísticas na cidade e que resultou em associar a inovação à tradição, ou seja associar a inovação ao do que mais tradicional Florianópolis possui, como por exemplo: a pesca da tainha, o mocotó, a renda de bilros, transformando assim estas atividades tradicionais em experiências, integrando a comunidade local e os turistas.

Associado a esta Política Municipal de Inovação foi, entre outras iniciativas, criada uma “Rota de Inovação” com passagem e paragens obrigatórias pelo ecossistema de inovação de Floripa.

Sylvie Ilmaz, coordenadora para Gaziantep da candidatura a UNESCO Creative City brindou-nos com uma marcante experiência traduzida na sua comunicação: Como a gastronomia pode encorajar a criatividade e influenciar o desenvolvimento económico.

Dando o exemplo de Gaziantep, demonstrou-nos como uma cidade com uma fortíssima riqueza cultural, conseguiu catapultar a gastronomia para o patamar que atualmente possui em Gaziantep, como Cidade Criativa da Unesco na categoria Gastronomia.

Para o efeito partilhou com todos os presentes o longo caminho percorrido, passando pela candidatura ao “EDEN Project” e pela promoção internacional de Gaziantep, até conseguir alcançar entre outras proezas, o registo de 400 diferentes pratos e a oferta de mais de 17 cursos nas diferentes áreas da gastronomia.

Para promover Gaziantep como destino de gastronomia foram desenvolvidas parcerias internacionais com vários países: Itália, Brasil, China-Macau e França, ancoradas num conjunto de projetos que associam o turismo gastronómico e o turismo cultural e envolvem diferentes públicos.

A marca Gaziantep possui atualmente elevado destaque no campo da Gastronomia, muito em resultado de todo o trabalho realizado, mas sobretudo pelo envolvimento da comunidade local e da enorme participação de todos os atores locais.

Lélia Madeira da Tertúlia Algarvia, partilhou com os participantes do Seminário um Programa de Experiências ancorado na gastronomia algarvia com destaque para a “Cataplana com Todos”.

Como participante no Projecto Creatour apresentou as iniciativas em que se encontra a trabalhar com os seus parceiros e que apelidou de: *Book Culinary Vacations* e *Algarve Cooking Vacations*, experiências que pretendem dar resposta à sazonalidade do destino e que querem envolver a comunidade local, pela ligação à terra, aos produtos endógenos e aos artífices locais.

Esta intervenção aportou uma abordagem muito interessante, pelo destaque dado à importância do papel que a iniciativa privada tem na criação de dinâmicas locais de desenvolvimento pela aposta em produtos turísticos inovadores, de que é um bom exemplo a Tertúlia Algarvia, restaurante em Faro, Algarve, como promotor, do *Algarve Cooking Vacations*.

Patrícia Cordeiro do Município de Bragança apresentou a sua longa pesquisa sobre o uso dos “Cuscus” na gastronomia transmontana. A importância da investigação e o conhecimento

apresentaram-se determinantes para realçar esta prática gastronómica nos hábitos alimentares familiares das regiões de Bragança, Macedo de Cavaleiros e Mirandela.

Foi também toda esta pesquisa realizada e detalhadamente apresentada que entusiasmou o Município de Bragança a perceber o potencial dos “Cuscus”, apoiar esta iniciativa e a dar visibilidade ao Projeto.

Como participante no Projeto Creatour apresentou uma proposta baseada nesta prática alimentar familiar, pela sugestão da criação de oficinas criativas de “Cuscus” com as “Senhoras” que ainda a praticam no seu dia-a-dia. A oportunidade de tal iniciativa revelou-se muito prometedora pelo envolvimento e satisfação demonstrada pelas “Senhoras” no pequeno filme apresentado e demonstrativo do processo culinário dos “Cuscus”.

Para Francisco Gil, jornalista Galego encontramos-nos novamente perante uma mudança de paradigma, depois da industrialização, da globalização, encontramos-nos a retornar à produção local, fortemente associada aos sabores tradicionais, às raças autóctones, aos valores da cultura local, à produção de proximidade, às memórias de infância. Esta mudança de paradigma permitirá gerar impactos significativos na economia local e devolver a importância merecida aos produtos locais, aos produtos endógenos.

Regressaremos ao “local”. A origem é um valor. Por outro lado, mantém-se o posto de trabalho, não se deslocaliza, gera impactos locais, cria riqueza: pelo cultivo, pelo produto, pela transformação, pelos serviços. Acrescenta valor ao território e resulta em benefícios económicos para a comunidade local, afirmou Francisco Gil.

Paulo Vaz, em representação do Turismo de Portugal, abordou a relevância regional da gastronomia e dos vinhos, destacando a experiência deste produto nas Escolas do Turismo de Portugal e a sua relevância para o percurso formativo dos jovens, como futuros profissionais.

Referiu ainda a importância de um conhecimento profundo do perfil do consumidor deste tipo de produto e da necessidade dos futuros profissionais terem conhecimentos profundos na gastronomia e vinhos, para melhor interagirem com clientes mais curiosos, mas igualmente mais conhecedores e mais exigentes.

Das intervenções infere-se a importância da decisão política e da definição de uma estratégia para o turismo no destino, que permitam conduzir ao posicionamento desejado.

A capacidade de entender a autenticidade dos ativos existentes no território e a capacidade de os traduzir em experiências genuínas que envolvam a comunidade local e impactem nos visitantes, será determinante na atratividade do destino.

A capacidade da iniciativa privada, apoiada pelas acções municipais, integrarem estas oportunidades nas suas estratégias de desenvolvimento e de criação de valor, é essencial para a dinamização da economia local.

O turismo criativo e as experiências gastronómicas criativas poderão assumir um papel relevante em territórios em que existam práticas culturais que se venham a revelar capazes de induzir experiências criativas, processos de co-criação e dinâmicas de inovação, orientadas para os benefícios da comunidade local e que contribuam para o crescimento pessoal, cultural e criativo dos visitantes.