



INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

A Comida conta histórias – Gastronomia como uma Expressão Cultural

Nicole Rodrigues dos Santos Prieto

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Maria João Vaz, Investigadora Integrada e Professora Associada  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Inês Lourenço, Investigadora Integrada e Professora Auxiliar  
Convidada  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024



---

Departamento de História

A Comida conta histórias – Gastronomia como uma Expressão Cultural

Nicole Rodrigues dos Santos Prieto

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Maria João Vaz, Investigadora Integrada e Professora Associada  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientadora:

Doutora Inês Lourenço, Investigadora Integrada e Professora Auxiliar  
Convidada  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024





## **Agradecimentos**

Esta investigação marca o fim de um percurso, o fim de um ciclo de cinco anos onde chamei o ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa de casa. Tudo começou na minha licenciatura em História Moderna e Contemporânea e neste momento, ao fim de cinco anos com os seus altos e baixos, encerro, por agora, os meus estudos nesta instituição.

Queria agradecer primeiro à minha família, que sempre me apoiou a continuar a estudar e a acreditar em mim, sempre me ajudou a sonhar. Obrigada mãe, pai e irmã por permitirem-me ter a possibilidade de realizar a minha formação académica e por acreditarem sempre nas minhas capacidades. Obrigada aos meus avós Domingos, Milagros, Leopoldo e Idalina, que mesmo alguns já não estando presentes, são a minha fonte de inspiração diariamente. Obrigada, amo-vos muito.

Não podia deixar de agradecer à Professora Dra. Maria João Vaz por apoiar-me ao longo destes cinco anos no ISCTE e por embarcar nesta investigação comigo. Muito obrigada por todos os conselhos e pela paciência, foi um prazer trabalhar consigo.

Estarei eternamente grata à Professora Dra. Inês Lourenço pelo apoio incondicional e por toda a ajuda que me deu ao longo deste ano. Obrigada pela motivação para nunca desistir de um desafio, gostei mesmo muito de trabalhar consigo.

Não podia deixar de agradecer aos meus amigos, especialmente aqueles que me acompanham desde o início do meu percurso no ISCTE. Obrigada, Afonso, Beatriz e Sofia, pelos conselhos, por ouvirem os meus desabafos e por nunca me deixarem desistir de mim mesma. São um pedacinho deste capítulo da minha vida que espero que fique para sempre.

Obrigada a todos que me acompanharem nesta jornada, foi um prazer.



## Resumo

Enquanto seres humanos a gastronomia é uma expressão cultural identitária e intemporal, que conta histórias e revela as raízes de uma comunidade. A presente dissertação pretende explorar como é que a gastronomia se relaciona com o conceito de cultura, ou seja, como é que atua como uma manifestação cultural. Para analisar este tema vão ser utilizadas três perspetivas diferentes, primeiramente é estabelecida a conexão entre o conceito de gastronomia e de identidade e memória cultural, de seguida, avaliam-se as dinâmicas entre o património cultural e a gastronomia. Por último, procura-se compreender a influência do conceito de interculturalidade no desenvolvimento da gastronomia de uma comunidade.

É uma investigação qualitativa que se baseia na exploração de três estudos de caso: o “Mercado Caramelo”, no Pinhal Novo, no município de Palmela, no distrito de Setúbal; o “Festival da Sardinha”, em Portimão, no distrito de Faro; a “Festa do Japão”, que teve lugar em Belém, uma zona à beira Tejo, na cidade de Lisboa. Sendo que, cada um vai ser utilizado para analisar as três perspetivas diferentes onde assentam a análise deste estudo, respetivamente.

O objetivo é compreender como é que a gastronomia atua como uma âncora de identidade, reforçando tradições culturais e ligando comunidades, evidenciando que a culinária vai além de uma necessidade fisiológica, servindo como uma ponte para a compreensão intercultural e como um elemento vital no desenvolvimento de uma identidade cultural coletiva.

**Palavras-chave:** Gastronomia; Cultura; Identidade Cultural; Memória Cultural; Património Cultural; Interculturalidade.



## **Abstract**

As human beings, gastronomy is an identity – bearing and timeless cultural expression that tells stories and reveals the roots of a community. This dissertation aims to explore how gastronomy relates to the concept of culture, how it acts as a cultural manifestation. To analyze this topic, three different perspectives will be used. First, the connection between gastronomy and cultural identity and memory is established. Then, the dynamics between cultural heritage and gastronomy are evaluated. Finally, the influence of interculturality on the development of a community's gastronomy is explored.

This is a qualitative investigation based on the exploration of three case studies: the "Mercado Caramelo" in Pinhal Novo, in the municipality of Palmela, in the district of Setúbal; the "Festival da Sardinha" in Portimão, in the district of Faro; and the "Festa do Japão" in Belém, a riverside area, in the city of Lisbon. Each case will be used to analyze the three different perspectives that underpin this study.

The aim is to understand how gastronomy serves as an anchor of identity, reinforcing cultural traditions and connecting communities, highlighting that cuisine goes beyond a physiological need, serving as a bridge for intercultural understanding and as a vital element in the development of a collective cultural identity.

**Keywords:** Gastronomy; Culture; Cultural Identity; Cultural Memory; Cultural Heritage; Interculturality.



# Índice

Agradecimentos .....	i
Resumo .....	iii
Abstract .....	v
Introdução .....	1
<i>Questões de Investigação</i> .....	2
<i>Estrutura da Dissertação</i> .....	4
<i>Estratégia Metodológica</i> .....	5
<i>Revisão da Literatura</i> .....	8
<b>1. Definição de Conceitos: Gastronomia, Cultura, Identidade e Memória Cultural, Património Cultural e Interculturalidade.....</b>	<b>10</b>
1.1. <i>Gastronomia</i> .....	10
1.2. <i>Cultura</i> .....	13
1.3. <i>Identidade e Memória Cultural</i> .....	15
1.4. <i>Património Cultural</i> .....	18
1.5. <i>Interculturalidade</i> .....	21
<b>2. Mecanismos da Identidade e Memória Cultural através da Gastronomia .....</b>	<b>24</b>
<b>3. Dinâmicas do Património Cultural e da Gastronomia .....</b>	<b>32</b>
<b>4. Pontes entre a Interculturalidade e a Gastronomia.....</b>	<b>40</b>
Conclusão.....	47
Fontes e Referências Bibliográficas.....	49
Anexos .....	53



## **Introdução**

De acordo com Quivy e Campenhoudt, “uma investigação é, por definição, algo que se procura” (Quivy & Campenhoudt, 1998). Esta frase remete para a ideia de que para realizar uma investigação tudo começa pela curiosidade e o desejo de querer explorar uma problemática. A partir desta conceção é que surgiu o tema da presente dissertação, pelo interesse em explorar a área da Gastronomia, mais concretamente a relação que existe entre o conceito de Gastronomia e de Cultura. Este tema surgiu a partir do meu gosto e fascínio por cozinhar e de descobrir diferentes culturas a partir dos sabores que representam cada uma. Sabores que dão acesso ao íntimo de uma comunidade, que contam histórias, pois são essenciais para a descoberta da narrativa e das tradições de uma região ou de uma comunidade.

O foco desta investigação é explorar a forma como a Gastronomia e a Cultura interagem entre si. Ou seja, ao longo deste estudo vai ser explorada a forma como estas duas áreas se relacionam e, conseqüentemente, averiguar qual é o lugar que a Gastronomia ocupa dentro da Cultura característica de uma comunidade. Pretendo perceber de que forma é que o conceito de Gastronomia evoluiu ao ponto de se tornar um elemento identificador da cultura de uma região ou comunidade.

Desta forma, vai ser analisado qual é o papel que a Gastronomia tem na definição da Identidade e Memória Cultural de uma comunidade, visto que muitas sociedades têm várias tradições culturais definidas através da gastronomia. Assim, este conceito vai ser operacionalizado como um mote para a exploração da ligação entre as tradições gastronómicas e a identidade cultural de uma comunidade.

Outro ponto fulcral para esta investigação é perceber qual é a relação entre a Gastronomia e o Património Cultural de uma região, pois a gastronomia portuguesa encontra-se definida como sendo património cultural imaterial. Ou seja, o intuito é compreender a influência que a dinâmica em torno do Património Cultural tem na tradição gastronómica de uma região.

Igualmente, também irá ser explorada a forma como a Interculturalidade pode ser afirmada através da Gastronomia característica de um país, uma região ou uma comunidade. O foco, mais particularmente, é entender o porquê de os indivíduos sentirem

a necessidade de recorrer a outras culturas se, supostamente, têm a identidade cultural gastronômica definida no seu país.

Assim, a área da Gastronomia vai ser explorada em diferentes perspectivas com o propósito de compreender o processo que foi feito para que numa comunidade a gastronomia seja um fator que se encontra intrinsecamente interligado à essência de uma região, tanto a nível económico, como social e cultural. Isto é, a gastronomia reflete diretamente os padrões dessa região, resta descobrir o porquê e de que forma é que estes “padrões” são desafiados através do cruzamento de culturas.

## **Questões de Investigação**

A Pergunta de Partida para esta investigação é “De que forma é que a Gastronomia colabora para a construção da identidade cultural de um espaço, indivíduo ou grupo?” É proposto fazer uma análise para descobrir de que forma é que a Gastronomia é uma expressão cultural e que influência tem no florescimento de espaços relacionados com a cultura.

Relacionada com esta questão é necessário perguntar igualmente “Qual é o papel que a Gastronomia ocupa no indivíduo e no coletivo como reforço de uma identidade cultural?”<sup>1</sup> Esta questão é relevante, já que existem inúmeros eventos culturais focados ou relacionados de alguma forma com o setor gastronómico, que fortalecem a identidade cultural de uma região. Logo, é imperativo entender o porquê de existirem tantos eventos onde o foco são os produtos gastronómicos, será que é pela necessidade de recordar, por exemplo, pratos de comida que tiveram forte significado na vida das pessoas ou das comunidades? Ou seja, durante esta investigação vai ser feita uma reflexão sobre a importância de determinados símbolos gastronómicos na definição da identidade cultural de uma comunidade circunscrita a uma região e averiguar qual é o papel que a memória cultural tem nesta delimitação.

Consequentemente, é necessário questionar “Quais foram as consequências do crescente relacionamento entre a Cultura e a Gastronomia?”, remetendo para uma reflexão sobre o entendimento destas duas áreas e a sua convivência. Tal pressupõe um entendimento amplo de que a cultura e a noção de que o ato de confeccionar e ingerir alimentos vai muito mais além da necessidade de sobrevivência dos indivíduos. A partir desta perceção surgem pratos de comida considerados tradições, que colaboram para uma

identidade cultural e para a estabilização de patrimónios culturais. Logo, no decorrer deste estudo também vai ser analisado “Até que ponto é que o Património Cultural Gastronómico não vai ser modificado com a passagem do tempo?”. Isto é, ao longo desta dissertação vai ser averiguado se o facto de o património cultural ser tão transformador choca com a necessidade que os indivíduos têm de manter a autenticidade de, por exemplo, uma receita típica.

Por último, através do conceito de Interculturalidade é necessário questionar, “Qual é a razão dos indivíduos procurarem identificar-se com culturas gastronómicas que não correspondem à sua identidade cultural original?”. Para explorar esta questão é necessário entender o papel que a Interculturalidade desempenha numa sociedade, bem como até que ponto é que fomenta o desenvolvimento de uma região, tanto a nível económico, como social e cultural. Se, supostamente, cada indivíduo tem uma identidade cultural no seu país, local ou comunidade de origem, porque sente vontade de se relacionar com outras culturas gastronómicas ao ponto de estas passarem a fazer parte da própria identidade cultural dessa pessoa?

O objetivo principal desta investigação é entender de que forma é que a Gastronomia é uma expressão cultural, analisar e compreender que tipo de relação é que existe entre a Cultura e a Gastronomia, atualmente. Para ser possível compreender de que forma é que a gastronomia é uma expressão cultural consideramos ser necessário averiguar a maneira como se relaciona com os conceitos de identidade e memória cultural, património cultural e interculturalidade.

Agregado ao objetivo principal temos os objetivos, secundários, sendo o primeiro entender qual é o papel que a Gastronomia tem na contribuição da produção de uma identidade cultural, sendo um dos pontos chave da investigação. Em seguida, é necessário salientar de que forma é que as áreas da Gastronomia e da Cultura se relacionam, com o propósito de analisar as tradições culturais que surgem desta interação. Outro objetivo é perceber se o património cultural foi alterado com as mudanças culturais e perceber a necessidade que os indivíduos têm de se relacionarem e identificarem com diferentes culturas.

## **Estrutura da Dissertação**

Posto isto, ao utilizar a bibliografia consultada no decorrer da investigação e a estratégia metodológica que vai ser definida no ponto 1.2., organiza-se o presente trabalho, com quatro capítulos.

O primeiro capítulo, intitulado “Definição de Conceitos: Gastronomia, Cultura Identidade e Memória Cultural, Património Cultural e Interculturalidade”, encontra-se dividido em cinco subcapítulos que apresentam os conceitos fulcrais para o desenvolvimento deste trabalho, procurando explorar diferentes aspetos que estão relacionados e colocados sob o conceito de cultura. Ou seja, busca-se estabelecer a base para a análise da pergunta de partida desta investigação.

Após a definição dos conceitos principais e operacionalizados na dissertação, seguem-se três capítulos, cada um com um tema e um estudo de caso para ser possível desenvolver e mergulhar em cada um dos tópicos. O segundo capítulo intitula-se de “Mecanismos da Identidade e Memória Cultural através da Gastronomia” e tem como estudo de caso “O Mercado Caramelo”, do Pinhal Novo, uma vila do município de Palmela, no distrito de Setúbal. Aqui analisa-se a relação entre a gastronomia e o conceito de identidade cultural. Ou seja, que papel é que a gastronomia ocupa na definição da identidade cultural de uma região.

O terceiro capítulo denomina-se “Dinâmicas do Património Cultural e da Gastronomia” e o estudo de caso utilizado foi “O Festival da Sardinha” que ocorreu na cidade de Portimão, no Algarve. Procura-se compreender de que forma é que a gastronomia afetam as noções de património cultural e a sua autenticidade.

O quarto capítulo designa-se “Pontes entre a Interculturalidade e a Gastronomia” e o estudo de caso utilizado foi “A Festa do Japão”, que teve lugar em Belém, uma zona à beira Tejo, na cidade de Lisboa. Ao longo desta investigação pretende-se perceber como é que a interculturalidade funciona no plano da gastronomia e que papel esta ocupa na busca do indivíduo em se identificar com outros contextos culturais que não aquele em que a pessoa nasceu e no qual se insere de forma mais próxima.

## **Estratégia Metodológica**

Para ser exequível realizar esta investigação foi necessário estabelecer um plano para ser possível responder às questões em que este trabalho assenta e cumprir os objetivos. É necessário destacar que para a realização do plano metodológico recorri a alguns autores, sendo que para explorar a forma como são feitas observações participantes e conversas informais utilizei Beaud, S. & Weber, F. (2003), Campbell, E. & Lassiter, L. (2014), Malinowski (1922) e Quivy & Campenhoudt (1998) e para a entrevista recorri a Beaud, S. & Weber, F. (2003) e Burgess, R. (1994).

A presente dissertação encontra-se assente na análise de três estudos de caso que se relacionam com os três tópicos de ponto de partida para a análise do tema da investigação: Identidade e Memória Cultural, Património Cultural e Interculturalidade. Os três estudos de caso são “O Mercado Caramelo”, no Pinhal Novo, “O Festival da Sardinha”, em Portimão e “A Festa do Japão”, em Lisboa, respetivamente.

Para trabalhar este tema foi escolhido utilizar o método de investigação assente numa abordagem qualitativa, pois é a que vai mais de encontro com os objetivos previamente propostos. A sua principal característica é o investigador ser a ferramenta central para a recolha aprofundada de dados, que posteriormente serão analisados (Quivy & Campenhoudt, 1998). Esta metodologia permite “observar práticas, identificar valores, apreender motivações, significado, perceções e expectativas, dificultando generalizações” (Luzio, 2021). A outra opção seria utilizar o método de investigação assente numa abordagem quantitativa, no entanto consiste num processo rigoroso de recolha de dados que são observáveis e quantificáveis, uma vez que se baseia na observação de dados factuais, gerando estudos representativos (Quivy & Campenhoudt, 1998). Logo, esta metodologia não se adequaria à finalidade da investigação.

Posto isto, ao longo da investigação foram utilizados métodos qualitativos como a observação participante, entrevistas e registo fotográfico. A observação participante é central ao método etnográfico, desenvolvido particularmente pela antropologia, estruturado por Malinowski (1922). O autor apresenta um modelo estruturado para a investigação etnográfica, baseada no registo em diário de campo, criticando a “antropologia de varanda”, que era praticada por outros investigadores que recolhiam dados à distância dos seus objetos de estudo e recorrendo a intermediários<sup>1</sup>. O

---

<sup>1</sup> Missionários, comerciantes, administradores coloniais, entre outros.

investigador propôs uma “descida da varanda” para acompanhar os seus interlocutores, navegando entre ilhas, vivendo com os seus objetos de estudo no seu quotidiano em todas as dimensões (Malinowski, 1922).

Esta metodologia foi aplicada ao longo dos três estudos de caso, sendo que para cada capítulo participei ativamente e diretamente em um evento. A escolha do uso desta metodologia permitiu-me uma imersão completa noutra mundo onde é possível observar e descrever de forma detalhada o que pretendia descobrir, recorrendo às notas que ia escrevendo no meu diário de campo para permitir-me, posteriormente, analisar os meus dados (Campbell & Lassiter, 2014).

Após ter observado os eventos em que me encontrava comecei a ter conversas informais com as pessoas que participavam destas festividades para conseguir obter mais informação (Campbell & Lassiter, 2014). No primeiro evento que fui, o Mercado Caramelo, consegui falar com muitos locais da região do Pinhal Novo, que era central para conseguir obter informação sobre a história da Sopa Caramela que caracterizava esta localidade. Ao longo do evento, ia questionando os interlocutores, por exemplo “se cresceram na região do Pinhal Novo?”, “se sempre comeram a Sopa Carmela?” ou “o que era tão identitário nessa sopa?” e partir destes motes a conversa ia fluindo. No entanto, para ser possível conseguir extrair os dados que necessitava era imperativo ganhar a confiança dos meus interlocutores (Beaud & Weber, 2003). Neste caso, foi construída uma relação de confiança, demonstrando o meu interesse pela história da Sopa Caramela para que os indivíduos partilhassem comigo os dados etnográficos. Por exemplo, um dos interlocutores ofereceu-me uma cópia da receita da Sopa Caramela, que estava a vender juntamente com cabazes que continham os ingredientes deste prato tradicional. Também, consegui obter várias fotografias, não só do evento, mas de pessoas que ia falando que estavam a participar no evento.

O mesmo sucedeu-se nos outros dois capítulos onde os diferentes interlocutores partilhavam comigo as suas motivações para estarem nestes eventos, bem como as suas histórias de vida e opiniões sobre os temas que lhes ia apresentando. Por exemplo, no terceiro capítulo, onde foi analisado o Festival da Sardinha, vários indivíduos iam-me comunicando as mais variadas opiniões sobre as tradições em torno da sardinha e tinham muita curiosidade em manter e desenvolver a conversa que se estava a desenrolar. Também, ia fazendo questões, por exemplo “se consideravam a sardinha uma representação do património gastronómico português? E porquê?”. No capítulo referente ao tema da interculturalidade, onde me debruço sob a Festa do Japão, ao longo das

conversas informais fazia perguntas, por exemplo “como é que os interlocutores se tinham começado a interessar pela cultura japonesa?”. Grande parte destes indivíduos não hesitavam em começar a explicar-me alguns aspetos da sua história de vida, que me elucidava sobre a forma que se tinham interessado por esta cultura. Por exemplo, muitos tinham praticado artes marciais durante grandes períodos, outros tinham um grande interesse por anime, alguns chegaram a informar-me que tinham mesmo uma hiperfixação por animação. Logo, era um ponto chave para mim conseguir ganhar confiança dos meus interlocutores para ser possível recolher dados com muitas informações utilizáveis para o desenvolvimento do meu trabalho (Beaud & Weber, 2003).

Por último, para o quarto capítulo desta dissertação, ou seja, o que se baseia na Festa do Japão, decidi conduzir uma entrevista a um interlocutor externo a este evento. Isto é, em primeiro lugar, decidi recorrer à observação participante, às conversas informais e o registo fotográfico e só depois conduzir uma entrevista. A ordem para a aplicação destes procedimentos metodológicos foi propositada, pois através da observação participante iria ser possível obter noções mais gerais do que poderia ser explorado ao longo do capítulo. Após uma reflexão feita mediante a observação participante surgiram perguntas mais particulares para serem feitas na entrevista. No entanto, o objetivo não era conduzir uma entrevista formal estruturada, ou seja, considerei necessário desenvolver a entrevista como uma conversa mais casual, tendo algumas questões pré-definidas, com o propósito de dar liberdade e deixar o diálogo fluir (Burgess, 1984).

A entrevista foi feita a um interlocutor, que irá ter o nome fictício de Camila. Esta pessoa consome muita a cultura japonesa e tem um grande apresso pela gastronomia japonesa. Logo, iria proporcionar-me uma perspetiva mais detalhada e pormenorizada sobre as questões que tinha sido levantadas ao longo das conversas informais que sucederam durante a Festa do Japão. A entrevista começou por questionar como é que a Camila tinha começado a interessar-se pela cultura japonesa em particular e asiática em geral e, em seguida, pela gastronomia deste contexto. Após termos dialogado sobre estas questões foi interrogado qual ou quais seriam as identidades culturais com que a interlocutora se identificava e se teria proximidade com pessoas que tivessem nascido no Japão ou noutro país asiático. Por último, pretendia entender se a Camila frequentava com muita periodicidade este tipo de festivais. Logo, foram feitas algumas questões base, com o propósito de dar um fio condutor à entrevista, mantendo sempre um tom amigável e um estilo de conversa informal. Mantendo este regime seria mais fácil de obter as

informações, pois iria estar a conduzir a conversa, mas de uma maneira em que o entrevistado tivesse liberdade de comunicar abertamente (Burgess, 1984).

## **Revisão da Literatura**

O relacionamento entre o conceito de Gastronomia e de Cultura já foi abordado e analisado por vários autores, sob várias perspectivas e áreas interdisciplinares. Segundo Brillart-Savarin (1825) o conceito de gastronomia correspondia a uma pseudociência que englobava todos os aspetos da alimentação descrevendo-a como “o conhecimento racional de tudo o que se relaciona com o homem, enquanto ser que come. A sua finalidade é zelar pela conservação do homem, usando alimentos da melhor qualidade, e atinge os seus objetivos, ao orientar, por meio de princípios seguros, todos aqueles que investigam, fornecem ou preparam as substâncias que se podem converter em alimentos” (Brillart-Savarin, 1825). Sendo que a tentativa da sociedade em dar uma definição ao termo gastronomia revela o início do processo de entenderem que o ato de comer não é apenas uma necessidade fisiológica, mas sim um conceito associado a questões culturais.

O historiador italiano Massimo Montanari (2006) defende que o conceito de alimentação evoluiu e modificou-se para uma relação com a gastronomia a partir do momento em que o alimento sofre uma alteração. A partir desse momento surge uma mistura entre o alimento e a cultura. Ou seja, a partir do momento em que o ser humano aprendeu a transformar os alimentos e a produzi-los sozinho, dando uma dimensão cultural a esta conceção, e convertendo-os em comida e, posteriormente, evoluir para gastronomia (Montanari, 2006).

Cavaleiro (2008) define a gastronomia, e consequentemente, a relação deste conceito com a cultura, como sendo “uma construção feita a partir dos valores culturais e sociais de determinada sociedade e, simultaneamente, faça ecos desses mesmos valores traduzidos em tradições que se vão perpetuando” (Cavaleiro, 2008)”. Logo, a gastronomia de uma particular comunidade tem uma identidade associada aos traços culturais característicos dessa comunidade, que envolvem vários pratos típicos de comida definidores de tal sociedade.

Este tópico também foi debatido por outros autores, tal como Cunha & Oliveira (2009) que defendem que a gastronomia se inclui na cultura através de tradições e da herança cultural, sendo uma área que muitas vezes reflete práticas e convenções que

foram transmitidas ao longo do tempo. Consequentemente, a gastronomia encontra-se intrinsecamente conectada com a identidade cultural de uma comunidade, estando diretamente ligada à expressão de uma determinada região ou sociedade (Cunha & Oliveira, 2009). Tal como Amon & Menasche (2008) este processo resulta na existência de pratos típicos de várias comunidades com um grande valor simbólico, logo marcadores identitários de uma sociedade, pois “são colocados à mesa para reafirmar uma ancestralidade, uma tradição, um pertencimento à comunidade” (Amon & Menasche, 2008).

Cunha & Oliveira (2009) e Montanari (2006) enunciam que a gastronomia é um elemento decisivo da identidade humana e um dos instrumentos definidores da cultura de uma comunidade. Refletindo a constante evolução, influências e práticas sociais em torno da cultura, sendo a comida mais que uma necessidade física, é uma expressão cultural que une e fortalece identidades culturais (Cunha & Oliveira, 2009 & Montanari, 2006).

# **1. Definição de Conceitos: Gastronomia, Cultura, Identidade e Memória Cultural, Patrimônio Cultural e Interculturalidade**

É fundamental definir os conceitos principais implicados nesta investigação, sendo eles o conceito de Gastronomia e de Cultura, pois são as duas áreas em que a dissertação assenta. Em seguida, é necessário analisar o conceito de Identidade e Memória Cultural, com o objetivo de identificar a influência da gastronomia na criação de uma memória cultural e, como resultado, na constituição de uma identidade cultural coletiva numa região. Consequentemente, vai ser explorado o conceito de Patrimônio Cultural, visto que é importante compreender a influência que a gastronomia tem na afirmação do mesmo, pois é uma área imperativa na cultura. Por último, o conceito de Interculturalidade vai ser abordado com o objetivo de entender qual é o lugar que pode ocupar na área da gastronomia e quais são as consequências desta ligação.

## **1.1. Gastronomia**

A origem etimológica da palavra “gastronomia” surge do grego, combinando o termo “gastro”, ou seja, estômago, e “nomia”, que significa lei, uma vez que originalmente, referia-se à arte ou à ciência de preparar ou servir uma boa refeição (Silva, 2021). No entanto, para ser possível entender este conceito é necessário compreender o que é um alimento, a alimentação, a comida e o gosto.

A alimentação é uma denominação que, isolada do conceito de cultura, faz referência a uma necessidade biológica, sendo que remete para “o campo de estudo sobre o alimento” (Ferro, 2017). Ou seja, os termos alimentação e alimento estão mais interligados aos instintos animais, isto é, ao ato de consumir os recursos da natureza sem ocorrer uma adaptação do mesmo. A partir do momento em que ocorre uma alteração do alimento ele passa a ser considerado comida, pois nesse instante surge uma mistura entre o alimento e a cultura. Segundo Montanari (2006), o conceito de alimentação modificou-se a partir do momento em que o ser humano aprendeu a transformar os alimentos e a produzi-los sozinho, dando uma dimensão cultural a esta conceção, e convertendo-os em comida (Montanari, 2006).

O que permitiu ao ser humano desenvolver o ato de cozinhar foi a descoberta e o uso do fogo, pois tornou esta ação em algo humanizado (Montanari, 2006). O fogo permite que os alimentos sejam alterados quimicamente e que possam ser combinados

uns com os outros, o que converte um produto que origina na natureza em algo intrinsecamente distinto. Segundo Ferro (2017), a culinária surge graças a esta necessidade de desenvolver técnicas criados pelo homem para a “manipulação e transformação de possíveis objetos comestíveis em alimentos ou comidas” (Ferro, 2017).

No entanto, é necessário deixar claro que a gastronomia não depende da utilização e preparação de alimentos através do fogo. Ou seja, diferentes culturas têm distintas interpretações do que é cozinhar, pois em cada uma delas existe uma forma de preparar e confeccionar os alimentos. Lin Yutang, no seu ensaio em 1936, intitulado de “My Country and My People”, o autor compara a riqueza da gastronomia chinesa com a penúria da cozinha anglo-saxónica, que utiliza muito o fogo e, na ótica de Lin era algo unicamente utilizado para fazer alguns alimentos comestíveis, que para ele era só uma banalidade. Logo, a comparação de Lin é um bom mote para refletir sobre a forma a utilização do fogo é vista de diferentes maneiras em várias culturas. Podemos considerar que a culinária é “o talento e engenho de cozinhar, confeccionar alimentos, que varia de região para região, não só a nível de ingredientes como ao nível dos utensílios utilizados” (Silva, 2012).

O conceito de gosto também é essencial para entender tudo que a gastronomia abrange, sendo que o homem altera os alimentos de acordo com o gosto dominante. Segundo Cavaleiro (2018), o conceito de “gosto” tem duas vertentes possíveis, por um lado, faz referência ao “sabor que é marcadamente individual, sendo o que aquilo que a um indivíduo sabe bem, pode não saber a outros, pois depende do palato de cada um” (Cavaleiro, 2018). Ou seja, é uma interpretação individual do sabor que afeta cada um de maneira diferente.

Por outro lado, é possível observar o sabor enquanto uma avaliação sensorial do que é bom ou mau, que cada indivíduo avalia de acordo com o seu gosto dominante que não é desprovido de uma construção social e cultural. Ou seja, o gosto que surge numa comunidade é resultado de condicionantes culturais que influenciam diretamente a obtenção de produtos gastronómicos (Cavaleiro, 2018). É possível que um prato de comida seja prazeroso e agradável para um indivíduo e também para outro, o mesmo aplica-se quando é desagradável, no entanto as chances aumentam quando as pessoas se encontram inseridas na mesma sociedade (Ferro, 2017). Isto acontece, pois, os indivíduos são culturalizados mediante o gosto social da comunidade em que se encontram incluídos, não deixando de experienciar o gosto social de forma própria e que por norma encontramos-mos abertos a novas propostas de gosto. De acordo com Dória (2006) através de Ferro (2017) “(...) o gosto varia de indivíduo para indivíduo, entre as diferentes

idades de um mesmo indivíduo, entre as classes sociais, de cultura para cultura e de uma época para a outra na mesma cultura. (...) O gosto partilhado por várias pessoas – sejam membros de uma família, de uma comunidade, de uma época – sugere uma construção coletiva que não se confunde com a experiência gustativa de cada um.” (Ferro, 2017).

Também é necessário ter em atenção que o gosto, para além de ser um produto do contexto cultura em que se encontra, também é resultado do ambiente social, na presença de fome ou de abundância. Um indivíduo que tem maior facilidade de acesso a diferentes tipos de alimentos, ou seja, com mais escolha, procuram um consumo “de acordo com o simbolismo dos próprios produtos ou receitas. A mesa é o palco de ostentação de poder, de convicções religiosas ou de simples princípios básicos de convivência social” (Cavaleiro, 2008). No entanto, as pessoas com menos acesso a recursos concentram-se menos no caráter simbólico ligado aos produtos, pois a preocupação é combater a fome, sendo que o gosto destes indivíduos se encontra condicionado de acordo com a situação social em que se encontram. Logo, é um fator de identidade social.

Como foi expresso anteriormente, a gastronomia não é apenas a preparação de alimentos, visto que também abrange a cultura alimentar, a apresentação e estética dos pratos, o uso de ingredientes específicos e a apreciação sensorial das combinações dos ingredientes. Logo, o universo da gastronomia engloba muito mais, o que nos faz considerar se é ou não uma expressão cultural (Amon & Menasche, 2008). Para a realização desta investigação o conceito de gastronomia vai ser analisado como um ato cultural.

Em 1825, Brillart-Savarin define a gastronomia como sendo uma pseudociência que engloba todos os aspetos da alimentação, ou seja, “o conhecimento racional de tudo o que se relaciona com o homem, enquanto ser que come. A sua finalidade é zelar pela conservação do homem, usando alimentos da melhor qualidade, e atinge os seus objetivos, ao orientar, por meio de princípios seguros, todos aqueles que investigam, fornecem ou preparam as substâncias que se podem converter em alimentos” (Brillart-Savarin, 1825).

O aparecimento de uma tentativa de definir o que é a gastronomia revela que as sociedades começaram a entender que o ato de comer não é apenas uma necessidade fisiológica, mas sim um conceito associado a questões culturais onde o gosto é uma ferramenta para atribuir um caráter social e cultural. A gastronomia é então “uma construção feita a partir dos valores culturais e sociais de determinada sociedade e, simultaneamente, faça ecos desses mesmos valores traduzidos em tradições que se vão

perpetuando” (Cavaleiro, 2008). Ou seja, uma gastronomia de uma particular comunidade tem uma identidade associada com traços culturais característicos desta sociedade, que envolvem inúmeros pratos de comida definidores de tal sociedade. Logo, é uma expressão cultural e social.

A gastronomia incluiu-se na cultura através de tradições e da herança cultural, sendo que é uma área que muitas vezes reflete práticas e convenções que foram transmitidas ao longo do tempo. Logo, fazem automaticamente parte da identidade cultural de uma comunidade, estando diretamente ligada à expressão dessa região ou povo (Cunha & Oliveira, 2009). Isto resulta na existência de pratos típicos de várias comunidades com um grande valor simbólico, logo marcadores da identidade de um grupo, pois são “colocados à mesa para reafirmar uma ancestralidade, uma tradição, um pertencimento à comunidade” (Amon & Menasche, 2008).

A gastronomia é um elemento decisivo da identidade humana e é um dos instrumentos mais eficazes para a comunicarmos e transmitirmos ao mundo. Por exemplo, os eventos culturais e gastronômicos são um claro exemplo desta relação simbiótica que existe entre estas duas áreas. Assim sendo, festivais centrados num produto alimentar ou um prato de comida, feiras gastronômicas e eventos culturais oferecem uma plataforma para celebrar e compartilhar tradições culinárias. Muitas destes eventos centram-se num produto gastronômico, tal como as Festas das Vindimas de Palmela, que celebram a época da vindima e utilizam o vinho e o moscatel como os bens principais desta tradição (Cunha & Oliveira, 2009). A inclusão da gastronomia na cultura é dinâmica e reflete a constante evolução das preferências, influências e práticas sociais em torno da culinária. Logo, a comida não é apenas uma necessidade física, mas também uma expressão cultural rica que une as pessoas e fortalece identidades culturais.

## **1.2. Cultura**

Segundo Goodman (1967), o conceito de cultura refere-se a um termo que engloba um conjunto de práticas, valores, tradições e conhecimentos que é compartilhado por um grupo de pessoas ou de uma sociedade ao longo do tempo (Goodman, 1967). Esta conceção influencia a maneira como os indivíduos interagem e comunicam entre si, como organizam comunidades e, conseqüentemente, a arte e a ciência que produzem. Logo, a cultura surge como um produto social que “vai institucionalizando o conhecimento

adquirido através da socialização de valores, objetivos, modos de agir, pensar e sentir por parte dos atores sociais” (Luzio, 2021).

É necessário estabelecer que o conceito de cultura pode conter integrantes tangíveis, tal como obras de arte, literatura, música, entre outros, e elementos intangíveis, por exemplo, valores morais, normas sociais, rituais, mitos e símbolos (Cuche, 2003). Portanto, o conceito de cultura de uma sociedade é transmitido de geração em geração pelo meio de processos sociais, tais como a educação, a família, a religião e os media. Através da Carta de Porto Santo (2021) é possível verificar a cultura remete para um processo criativo ininterrupto, que engloba todos os membros de uma sociedade e resulta de heranças e tradições que são passadas de geração em geração, que continuam a ser trabalhadas e a ter uma evolução (Carta de Porto Santo, 2021). Ou seja, é um termo mutável e evoluiu, graças a fatores internos e externos, incluindo movimentos sociais, avanços tecnológicos e influências culturais e estrangeiras.

O termo “cultura” é um fator unificador que fomenta a criação de um sentimento de pertença e identidade, sendo uma fonte de diversidade que aformoseia a experiência humana. De acordo com Luzio (2021), a cultura é “uma oportunidade de alargar as experiências que vivenciamos enquanto seres humanos, assumindo que as manifestações culturais são a mediação necessária para o nosso reconhecimento pessoal e das comunidades que integramos” (Luzio, 2021). Logo, o homem é produto e produtor de cultura, sendo este conceito central e indispensável numa sociedade, pois é impossível imaginar a vida sem cultura, arte, tradições, entre outros.

Durante o século XIX, graças ao desenvolvimento da área antropológica, este conceito começou a incluir a ideia de padrões de comportamento, crenças e valores compartilhados por um grupo de pessoas, que são transmitidas entre várias gerações e comunidades (Silva, 2021). Com o desenvolvimento de diferentes culturas começou a existir uma apropriação de novas formas culturais, mas que apenas encontravam-se disponíveis para classes sociais altas, o que levou à geração de epicentros de criação artística e cultural e, conseqüentemente, à criação da alta cultura. Apenas as elites tinham acesso a esta novidade, pois tinham educação e poder económico para realizar viagens a estes epicentros, no entanto as classes baixas não tinham estes privilégios, o que desenvolveu o conceito de baixa cultura (Jenks, 2005). É importante realçar a mudança de perspectiva perante este conceito, pois deixou de se relacionar apenas com os conhecimentos de uma sociedade e passou a englobar questões sociológicas e antropológicas, tal como educação, classes sociais e formas de comunicação.

No século XX, existiu a dificuldade em conciliar a evolução da cultura e da universalidade, ou seja, que este conceito é plural, graças ao etnocentrismo que se fazia sentir na época. Isto modificou-se com a ascensão da antropologia cultural, passou a reconhecer-se a diversidade entre as distintas sociedades e grupos étnicos (Cuche, 2023). Por exemplo, Franz Boas (1911) defende a ideia do relativismo cultural, isto é, a cultura deve ser compreendida no seu próprio contexto, sem julgamentos que têm como base padrões externos (Boas, 1911).

Em contrapartida, no século XIX, graças à globalização, o termo “cultura” inclui fenómenos digitais, sendo que a internet se tornou o meio pelo qual a cultura é criada, disseminada e consumida (Cuche, 2003; Jenks, 2005). Atualmente, este conceito abrange uma ampla variedade de identidades, sendo que, finalmente, é reconhecida a importância da diversidade cultural e a necessidade de inclusão e ter respeito pelas distintas tradições e práticas. Logo, é um conceito mutável que se encontra em constante evolução, refletindo as mudanças da sociedade e a maneira como as pessoas se conectam e relacionam.

Aplicando este conceito à área da gastronomia é necessário frisar que, de acordo com uma perspetiva antropológica da cultura, esta é ensinada. Ou seja, à medida que se cresce o ser humano aprende a viver de uma determinada maneira, graças à educação, formal ou informal, que lhe é fornecida, o que condiciona o seu modo de vida (Montanari, 2006). Consequentemente, é de acordo com a cultura que o ser humano escolhe de que forma quer se alimentar, pois, apesar de ser uma necessidade, aquilo que comem e o a forma como o fazem é aprendido através da cultura.

### **1.3. Identidade e Memória Cultural**

Segundo Cuche (2003), o termo “identidade cultural” faz referência à sensação de pertença e sentimento de identificação de um indivíduo ou grupo em relação a uma cultura específica (Cuche, 2003). Ou seja, quando mencionasse este conceito “referimo-nos ao sentimento de pertencimento a uma cultura nacional, ou seja, aquela cultura em que nascemos e que absorvemos ao longo de nossas vidas” (Patriota, 2022). Sendo esta identidade algo que é construído durante a vida de um indivíduo, não é algo que é herdado geneticamente.

A identidade cultural de um país engloba os elementos culturais que existem em comum entre os indivíduos, tal como a língua, os costumes, as tradições, a religião, os

valores, as normas sociais, a história compartilhada, entre outros (Cavaleiro, 2018). Logo, é uma peça crucial na constituição de uma comunidade e do sentimento de pertença à mesma, pois une as pessoas em torno de valores e tradições compartilhadas. Também, é uma ferramenta fulcral para o fortalecimento do tecido social numa comunidade, uma vez que proporciona a criação de laços entre os membros da mesma (Hall, 1999).

Para ser possível debater o significado de identidade cultural é necessário perceber que se encontra diretamente conectada ao conceito de “tradição”, sendo este conceito o “conjunto de valores “originais” culturais e sociais que caracterizam e explicam a comunidade e os seus rituais” (Cavaleiro, 2018). No entanto, não é uma concepção imutável, pois encontra-se sempre sujeita a desenvolvimento através do cruzamento de diferentes culturas e da introdução de novos elementos, que podem difundir-se com uma cultura e redesenhar a “tradição”. Logo, “as representações de identidade são inseparáveis do sentimento de continuidade temporal” (Teixeira, 2019), sendo um conceito flexível e inconstante, que não se encontra fixo num espaço e tempo preciso.

A identidade cultural é uma concepção complexa e multifacetada desempenhando um papel crucial nas sociedades contemporâneas, pois condiciona a maneira como os indivíduos se conectam com as suas comunidades e compreendem o seu lugar no mundo.

Consequentemente, não podemos deixar de abordar o conceito de Memória Cultural que se encontra lado a lado com a Identidade Cultural. Montanari (2006) pinta esta concepção como sendo a forma como os grupos e as sociedades coletivamente recordam-se, preservam e transmitem experiências, eventos, tradições e histórias ao longo do tempo (Montanari, 2006). Logo, é uma forma de memória coletiva que abrange uma vasta gama de práticas e representações culturais, tais como mitos, rituais, monumentos, histórias, tradições orais, entre outras formas de expressão cultural.

As memórias são convenções sociais que ajudam a organizar o mundo em que nos inserimos, sendo uma das ferramentas para a construção de identidade dos indivíduos (Teixeira, 2019). Este conceito foi definido pelo sociólogo Halbwachs (1994), que determina as memórias como sendo convenções sociais, ou seja, “quadros sociais da memória” (Teixeira, 2019; Halbwachs, 1994), isto é, estas convenções assentam no mundo real, ou seja, no mundo empírico observável, e que o passado que realmente existe é que é que recordado, isto é que no presente é reerguido (Wetzel, 2020).

Assim sendo, os “quadros sociais da memória” (Teixeira, 2019) tomam corpo nos juízos dos indivíduos que nelas estão inseridos, como se fosse uma base cultural, inerente

a todos os membros de um determinado grupo, que influencia os processos de decisão e escolha dos indivíduos.

Logo, as memórias dos indivíduos são influenciadas por estes quadros sociais, ou seja, mesmo quando temos uma memória individual ela encontrasse intrinsecamente ligada às convenções dos quadros sociais (Wetzel, 2020). Aqui é que entra a memória coletiva, pois para ser possível lembrar é necessária a memória construída ao longo da convivência entre os indivíduos, isto nenhuma recordação existe sem a sociedade. Halbwachs (1994) define esta situação como “deve dizer-se que a memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, e que este ponto de vista varia com o lugar que aí se ocupa, e que este lugar, ele próprio, muda consoante as relações que se estabelecem com outros meios” (Halbwachs, 1994).

A memória cultural é então uma consequência destas definições e fases da construção da memória, sendo que inclui diversas dimensões e aspetos que colaboram para a preservação e transmissão do conhecimento cultural. Por exemplo, através de narrativas históricas, ou seja, contanto histórias sobre eventos passados, heróis nacionais e figuras históricas que ajudem a sustentar a memória cultural (Sobral, 2007). O património cultural material também é uma contribuição, pois as estruturas físicas e locais de importância histórica ou religiosa são exemplos tangíveis do passado.

Assim sendo, este conceito tem um papel significativo na sociedade, pois ajuda a promover um sentir de coesão e pertença, suscita o sentimento de continuidade entre gerações, conectando o presente ao passado (Cuche, 2003). Também, é uma ferramenta importante para a aprendizagem e a educação, pois auxilia as gerações mais jovens a compreenderem a sua história e cultura. Logo, é uma ferramenta que impulsiona e fomenta a criação de uma identidade nacional, e, conseqüentemente, cultural de um país.

“A receita narra a partilha de saberes que se mantêm como memória social e, ao serem transmitidos com base na receita, contam a história de como uma comunidade compreendeu e aceitou o gosto, textura e forma de uma comida” (Amon & Menasche, 2008). A gastronomia é uma parte fulcral da identidade cultural de um país ou indivíduo, pois é uma extensão e característica de uma cultura local. O sabor espelha a memória histórica, cultural e identitária de um local, visto que sempre que degustamos de um prato de comida também estamos a deleitar-nos “numa paisagem, (...) uma história, numa tradição (...), um símbolo de classe, que transformam o produto ou receita num elemento do património cultural” (Cavaleiro, 2018).

Os movimentos regionalistas e os próprios hoteleiros de cada localidade ainda dão mais ênfase à tradição gastronómica, apelando à memória e à representação social sobre certos pratos de comida, intitulando-os de “pratos típicos”. Este conceito reflete a tradição e a função identitária da gastronomia, tornando-a uma característica cultural de uma comunidade, pois estes pratos de comida refletem ingredientes locais, métodos de preparação e costumes associados a essa cultura (Montanari, 2006).

Por exemplo, a definição de um prato nacional, depende de razões identitárias, socio económicas e históricas, tal como a sopa de favas, que é característica da região de Chefchaouen, em Marrocos. O facto desta sopa ter uma narrativa aliciada a ela cria um certo orgulho e afeição a este prato, que “traduz-se na naturalização de um gosto que é fiel às suas origens e ao seu passado e que, inevitavelmente, confere identidade” (Lucas, 2021).

#### **1.4. Património Cultural**

De acordo com o IPHAN (Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional – Brasil), a definição de Património Cultural corresponde ao conjunto de bens culturais, materiais ou imateriais, que são herdados de gerações passadas, mantidos no presente e transmitidos para as gerações futuras, visto que são considerados valiosos para uma sociedade (IPHAN, 2021)<sup>2</sup>. Assim sendo, estes bens podem incluir uma ampla variedade de elementos que têm significado cultural, histórico, arqueológico, artístico, arquitetónico, religioso, entre outros. Segundo Silva (2012), podemos considerar como património “um bem que um indivíduo adquire por herança dos seus antecedentes e assim pode ser o conjunto dos bens adquiridos e transmissíveis que, num momento dado, são propriedade de uma pessoa, duma família, de uma empresa ou coletividade privada ou pública, de natureza material ou imaterial” (Silva, 2012).

O património pode ser considerado material, imaterial ou natural, isto é o material corresponde a bens materiais palpáveis, tal como edifícios históricos ou monumentos, sendo um exemplo o Castelo de Monforte de Rio Livre, em Chaves (Património Cultural,

---

<sup>2</sup> Acedido a agosto, 12, 2024, através de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/29>

2020)<sup>3</sup>. O imaterial refere-se a práticas, representações, expressões, por exemplo tradições orais, práticas rituais, danças e conhecimentos tradicionais que fazem parte deste universo, tal como a Dieta Mediterrânica (DGS, 2018)<sup>4</sup>. Também, existe o património natural que inclui elementos da natureza como paisagens culturais, ou seja, locais naturais com significado cultural, tal como o Parque Nacional de Garajonay em Espanha (Sánchez, 2018)<sup>5</sup>.

No entanto, só no início do milénio é que o conceito de património cultural evoluiu com o alargamento ao património cultural imaterial em 2003, na Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial da UNESCO. Até à data, o património cultural era apenas considerado tangível, móvel e imóvel, sendo que o património imaterial, que é transmitido de geração em geração, começou a englobar todas as “práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências” em cada comunidade, o que cria um “sentido de identidade e de continuidade, contribuindo assim para promover o respeito de diversidade cultural e a criatividade humana” (Art. 2º, nº.1).

Atualmente, a Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da UNESCO engloba o Fado, a Música Popular Portuguesa (2011); a Dieta Mediterrânica (2013); o Canto Alentejano (2014); a Falcoaria (2016) e a Produção de Figurado em Barro de Estremoz (2017). Também, a Manufatura de Chocalhos (2015) e do Processo de Manufatura da Olaria Preta de Bisalhães (2016) (Soares, 2020).

A Dieta Mediterrânica torna-se um produto cultural, mas ao mesmo tempo também representa um estilo de vida que está intrinsecamente conectados a uma série de valores, como por exemplo, a hospitalidade, vizinhança, convivialidade, diálogo intercultural e transmissão geracional (Lucas, 2021). Assim sendo, a candidatura feita está assente na narrativa comunidade-património, com o propósito de salientar uma “conexão intrínseca e mutuamente legitimadora entre ambos – comunidade e património – (...) motivo suficiente para uma validação patrimonial” (Lucas, 2021).

---

<sup>3</sup> Acedido a janeiro, 5, 2024, de <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/patrimonio-cultural-material/castelos-pt/>

<sup>4</sup> Acedido a janeiro, 7, 2024, de <https://alimentacaosaudavel.dgs.pt/dieta-mediterranica/#:~:text=A%20UNESCO%20definiu%20a%20Dieta%20Mediterr%C3%A2nica%20%28DM%29%20em,e%20transmiss%C3%A3o%20desta%20heran%C3%A7a%20cultural%20para%20o%20futuro>

<sup>5</sup> Acedido a janeiro, 5, 2024, de [https://www.ecologiaverde.com/que-es-patrimonio-natural-y-ejemplos-1599.html#anchor\\_2](https://www.ecologiaverde.com/que-es-patrimonio-natural-y-ejemplos-1599.html#anchor_2)

Isto conduz-nos a concluir que o património e a comunidade têm uma relação que sempre existiu e influencia ambos diretamente, algo que nos remete para os mecanismos de pertença identitária que são ativados. Neste caso, a implementação da ideia de comunidade cria uma ligação a referentes geográficos inerentes às “populações mediterrâneas”, sendo que os países pertencentes a estes povos já têm características associadas, que provêm da associação que é feita.

Em 2000 a gastronomia portuguesa foi caracterizada como património intangível, com base em produtos com origem nacional, regional ou local, que suscitassem sentimentos de memória e autenticidade (Soares, 2020). Através de Araújo (2014) é possível entender que a gastronomia portuguesa está fundamentalmente conectada aos legados de várias famílias, pois “para além de especificidades regionais, há que ter em conta a forma como se confeccionam as receitas (...) através da experiência de cozinha dos antepassados, eventualmente, mais das Avós do que das Mães” (Araújo, 2014).

O desenvolvimento da patrimonialização conduziu a uma valorização das tradições alimentares, que evoluíram para o conceito de gastronomias locais, que são definidas pelo contexto em que cada uma se encontra (Silva, 2012). Tal como Araújo (2014) esclarece, ocorre um reforço da identidade gastronómica que suscita sentimentos de “orgulho, autoestima e de educação que, a prazo, determina que essa população transmita valores tangíveis e intangíveis ligados à sua identidade e cultura locais, transformando-os em fatores de desenvolvimento” (Araújo, 2014).

Logo, a Gastronomia oferece a oportunidade de incorporar no património cultural o reconhecimento gradual de que as práticas alimentares e a cultura em torno da culinária são elementos valiosos para a identidade cultural de uma região. Esta inclusão destaca a importância de reconhecer a Gastronomia como uma expressão viva da cultura. Logo, é um elo entre o passado e o presente, e um ativo valioso a ser preservado para gerações futuras.

Aliado com o desenvolvimento do património gastronómico surge o turismo, sendo uma forma de divulgar e preservar este património. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) e as Nações Unidas através de Silva (2012), o conceito de turismo corresponde ao “conjunto de atividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual (residência), por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” (Silva, 2012). Logo, é um fenómeno sociocultural mutável e multidimensional. O turista é um indivíduo que visita voluntariamente um local fora da sua área de

residência e trabalho, por mais de 24 horas, sem o objetivo de obter lucro. Este mercado desenvolveu-se de forma momentânea a partir das décadas de 50/60 no século XX e teve um impacto a nível mundial, sendo que resultou num dos fenómenos de massas mais importantes da segunda metade do século XX (Prats, 1997).

Com o desenvolvimento deste conceito é notório que existe uma grande variedade de oferta turística agregada à gastronomia, o que conduziu a que houvesse uma ligação entre os aspetos culturais alimentares e a patrimonialização, tornando-se numa peça central nesta área. Greg Richards (2002) afirma que “we identify with certain types of cuisine we encounter on holiday. (...) Food becomes the ideal for tourism consumption. Eating is an obligatory part of the holiday experience (...) We can show off cultural capital relating the destination by eating “authentic” food in the destination.” (Richards, 2002).

Graças a esta evolução muitas comunidades sofreram uma adaptação, pois surge um confronto entre os turistas e locais, pois é necessário ajustar a narrativa histórica dos pratos de comida típicos. Isto sucede-se, pois emerge uma nova representação de autenticidade com o objetivo de corresponder às necessidades da procura turística (Silva, 2012). Para os locais o turismo pode ser visto como uma invasão do quotidiano destes indivíduos, que traz à tona problemas económicos e sociais, no entanto também é uma forma de valorizar, conservar e divulgar o património cultural, que fomenta a economia de uma comunidade.

## **1.5. Interculturalidade**

De acordo com Weissmann (2018), o facto da palavra começar com o prefixo “inter” remete para uma posição de reciprocidade, de interação, ou seja, “de estabelecer uma ponte, uma intermediação (...) para formar uma rede de interculturalidade” (Weissman, 2018). Ou seja, é proposto um conceito que não coloca uma cultura superior à outra, apenas culturas distintas equiparadas, com o mesmo valor e em diálogo, isto é, promovendo a compreensão mútua, respeito e cooperação (Méndez & Puget, 2013). O objetivo é proporcionar a construção de uma sociedade mais inclusiva e diversificada.

É importante ressaltar que a interculturalidade é muito mais do que a simples coexistência de culturas, pois envolve um compromisso ativo com a comunicação e a aprendizagem entre culturas diferentes. Este ponto é a chave para diferenciarmos a

interculturalidade do multiculturalismo, pois pressupõe apenas a existência de um pluralismo cultural, sem implicar intrinsecamente a interação entre diferentes elementos culturais (Canclini, 2004).

Este conceito proporciona uma ampliação de horizontes, visto que promove o contacto e a interação entre indivíduos de diferentes origens culturais, “dando lugar às diferenças e apontando ao enriquecimento e mudança contínua” (Weissman, 2018). Assim sendo, incita o compartilhamento de ideias, valores e tradições, e, conseqüentemente, o respeito mútuo por distintas crenças e práticas culturais. Logo, é uma ferramenta crucial para a criação de espaços inclusivos que celebrem a diversidade cultural, evitando a marginalização ou a exclusão de indivíduos, graças à sua origem cultural (Montanari, 2006).

Não obstante, apesar dos seus benefícios, a interculturalidade enfrenta desafios, tais como a dificuldade por barreiras linguísticas, por preconceito e discriminação, conflitos culturais e assimilação forçada.

A Interculturalidade manifesta-se em diferentes áreas da sociedade de várias formas, por exemplo no campo da educação existem as escolas multiculturais, que têm alunos de diferentes origens culturais e promovem currículos de diversidade cultural (Goldberg, 1994). Politicamente, por exemplo através de políticas públicas inclusivas, que incentivem a inclusão de minorias culturais e a participação de distintos grupos na vida pública. Na área da arte e da cultura surgem festivais culturais que reúnem elementos de várias culturas, tais como música, dança, gastronomia e artes visuais.

Especificamente na gastronomia, a Interculturalidade assinala o cruzamento e interação de diferentes tradições culinárias, ingredientes, técnicas e costumes alimentares, o que resulta em novas formas de cozinhar e desfrutar da comida. Logo, é uma das áreas em que a Interculturalidade se manifesta de forma clara e dinâmica, pois é um elemento cultural central e pelo qual as pessoas de diferentes origens conectam-se e interagem.

O processo do desenvolvimento da interculturalidade através da gastronomia é particularmente interessante, pois tudo começou de forma mais notória a partir do fim da Segunda Guerra Mundial. Para explorar esta observação podemos utilizar o exemplo do Reino Unido. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, segundo Oddy (2003), começou a tornar-se um hábito os indivíduos fazerem refeições fora das suas residências e no final dos anos 50 surgiram inúmeros restaurantes chineses e indianos, seguido de restaurantes de comida do Médio-Oriente (Oddy, 2003). Já nos anos 60 começaram a abrir estabelecimentos de origem italiana, tal como “sandwich bars providing for the “snacking

lifestyle” that was beginning to grow and, of course, in the first pizzeria” (Chiaro, 2008). Com o contínuo desenvolvimento desta cultura e a adoção de comida “take-away” começaram a surgir nos supermercados, por exemplos em produtos congelados, estes sabores que eram outrora desconhecido ao palato inglês, mas que agora entranhavam-se na cultura deste país (Oddy, 2003).

Conseqüentemente, surgiu o conceito de “fusion food”<sup>6</sup> durante a década de 1990. Um exemplo desta fusão de cozinha é a gastronomia Tex-Mex, que combina elementos da culinária mexicana com a norte-americana. Logo, segundo Franzoni (2016) a interculturalidade gastronómica leva à introdução de novos ingredientes entre distintas regiões do mundo, permitindo que as culturas experimentassem e incorporassem novos alimentos nas suas tradições culinárias.

Também, as influências de culturas imigrantes criam tradições gastronómicas, influenciando a culinária local, tal como aconteceu nos Estados Unidos da América com a difusão da gastronomia, por exemplo, italiana, graças às imigrações que ocorreram entre 1880 e 1914. São criados restaurantes multiculturais que oferecem diferentes tipos de gastronomias ou combinam estilos e diferentes sabores de vários ramos da culinária, sendo que surgem espaços com este propósito. Também, são criados festivais e feiras gastronómicas que celebram a diversidade cultural através da gastronomia, pois reúnem pratos e gastronomias distintas partes do mundo, que promovem a troca e o diálogo entre culturas (Franzoni, 2016).

De acordo com Mintzy (2001), a interculturalidade oferece inúmeros benefícios ao desenvolvimento da gastronomia, tais como a inovação culinária, enriquecendo a diversidade culinária e a fomentação da compreensão e do respeito a nível cultural, pois ajuda no desenvolvimento de uma maior compreensão e respeito por tradições diferentes (Mintzy, 2001). Logo, estimula a unificação e coesão social e o desenvolvimento económico, graças à criação de novas oportunidades, por exemplo diferentes tipos de restaurantes, chefs, produtores de alimentos, entre outros.

Por outro lado, também tem os seus desafios, tal como a apropriação cultural, pois a fusão de culturas deve ser feita com respeito e consideração pelo contexto cultural (Chiaro, 2018). Além disso, a comercialização, visto que a interculturalidade pode ser explorada para fins comerciais, o que diluiu a autenticidades das tradições culinárias, logo

---

<sup>6</sup> um estilo de culinária que mistura ingredientes e métodos de preparação de diferentes países, regiões ou grupos étnicos

é necessário ter em atenção se os costumes locais não estão a ser postos em causa. A uniformização da gastronomia também pode levar à sua homogeneização, com a predominância de cadeias globais de fast-food e perda de tradições culinárias locais (Mintzy, 2001). Logo, a interculturalidade gastronómica é uma área rica e diversificada, que proporciona oportunidades para inovação, compreensão e diálogo entre culturas, mas também exige sensibilidade e respeito para com as culturas em questão.

Uma ferramenta para ajudar a resolver estes problemas a nível social, seria utilizar a gastronomia étnica como uma agente de mudança. Por exemplo, em Los Angeles, a abertura de restaurantes de comida mexicana cria abertura para trabalhos exercidos por imigrantes, o que aumenta o poder destes indivíduos tanto a nível económico como a nível cultural (Karaosmanoğlu, 2020). Ou seja, torna-se um catalisador para mudanças a nível social, pois empodera a cultura destas gastronomias étnicas, bem como fomenta a ligação entre os diferentes imigrantes.

Também, serve como uma forma de prevenir hostilidade por parte dos locais, visto que uma experiência tão sensorial como é degustar uma gastronomia diferente cria uma ligação com esta cultura e, conseqüentemente, uma aceitação mais rápida por parte dos locais.

Após a definição dos conceitos presentes neste capítulo temos as bases preparadas para partirmos à análise dos próximos capítulos e dos estudos de caso agregados aos mesmos. Recordando que, o próximo capítulo pretende analisar o conceito de Identidade e Memória Cultural, a partir da exploração do estudo de caso “O Mercado Caramelo”, no Pinhal Novo, de seguida vai ser examinado o tópico de Património Cultural, através do estudo de caso “O Festival da Sardinha” e, por último, irá ser investigado o princípio da Interculturalidade, pelo meio do estudo de caso “A Festa do Japão”.

## **2. Mecanismos da Identidade e Memória Cultural através da Gastronomia**

Este capítulo baseia-se num estudo de caso que é o “Mercado Caramelo”, no Pinhal Novo, vila do município de Palmela, um evento que ocorreu entre o dia 10 e 12 de maio de 2024. O foco é explorar a ligação que existe entre o conceito de gastronomia e a identidade cultural de uma região. Ou seja, qual é o papel que um prato de comida, neste caso a Sopa Caramela (Imagem 1) que é o “exlibris”, ou seja, a “rainha do evento”, de acordo com a afirmação dos locais, tem na contribuição da produção de uma identidade cultural neste caso de uma região, apelando à memória cultural dos indivíduos oriundos da zona do Pinhal Novo, sendo um dos pontos chave da presente dissertação.

O Mercado Caramelo é a recriação de uma antiga tradição da localidade do Pinhal Novo, ou seja, um mercado que existiu durante muitos anos e que tinha com principal elemento a exposição e troca de gado. Graças, à evolução agrícola, social e tecnológica, o mercado modificou-se para um centro de comércio, onde vários produtos são vendidos (Mercado Caramelo, 2021)<sup>7</sup>. Este mercado é sempre recriado em maio, sendo que é uma tradição que voltou a ocorrer desde há nove anos, no passado, era um evento que se realizava todos os meses, mas em maio era quando tinha mais afluência. Segundo uma habitante local, era em maio que se contratava as pessoas para fazer a apanha da fruta e para a vindima para o resto do ano. Também, se alguém quisesse vender gado teria de ser nesta época, já que era um bem necessário para ser possível fazer a vindima. Logo, era o mês em que se fazia as maiores contratações.

A recriação do antigo mercado é um evento que une a animação sociocultural e histórica, que dinamiza instituições e associações da freguesia. Assim sendo, este projeto promove o conhecimento histórico da localidade, particularmente dos costumes e da cultura local. Isto é, representa a diversidade multicultural e de diferentes origens que o Pinhal Novo é fruto. No decorrer do mercado ocorreram várias atividades familiares, tais como as demonstrações de ordenha manual, fabrico de queijos e chouriços e, por exemplo, a construção de flores de tecido. Também tem várias atividades diretamente relacionadas com a memória e a identidade cultural da zona, tal como a desfolhada (Imagem 2) que, segundo uma moradora no local, se refere à recriação da desfolha do milho, que era feita durante a noite após um longo dia de trabalho, para conseguirem ganhar mais algum dinheiro. Assim sendo, para se manterem acordados iam cantando, “um cantava um verso outro cantava outro verso e assim iam-se passando as horas”. Outro

---

<sup>7</sup> Acedido a maio, 20, 2024 de <https://www.mercadocaramelo.pt/caramelos.html>

exemplo, é a atividade da confecção da Sopa Caramela (Imagem 3), que tem como objetivo demonstrar aos outros como este prato é feito tradicionalmente e é um dos elementos gastronómicos característicos do Pinhal Novo.

A análise deste estudo de caso foi feita com base em métodos qualitativos, tais como a observação participante, conversas informais e registo fotográfico. A observação participante é uma peça central no método etnográfico, desenvolvido particularmente pela antropologia, estruturado por Malinowski (1922). Este autor apresentou um modelo estruturado para a investigação etnográfica, com base no registo em diário de campo e do acompanhamento dos interlocutores presentes no objeto de estudo das investigações. Inicialmente, cheguei ao evento e comecei por observar o espaço, que se encontrava decorado de acordo com a época do início do mercado, ou seja, do final do século XIX, tal como as pessoas que participavam nas bancas do evento, ou seja, encontravam-se vestidas de acordo com esta época. Quando cheguei estava a acontecer uma atividade por parte do Rancho Folclórico do Grupo Desportivo de Rio Frio e havia muitas carroças, com palha no seu interior, a serem puxadas por vacas (Imagem 4).

De seguida, passei às conversas informais, ou seja, à interação com os moradores locais para ser possível obter mais informações sobre o evento e a sua origem. Para começar o meu diálogo com estes indivíduos decidi preparar algumas perguntas que serviriam como base para conseguir obter informações. Algumas destas questões eram “há quanto tempo participam neste evento?”, “se cresceram na região do Pinhal Novo?”, “se sempre comeram a Sopa Carmela?” ou “o que era tão identitário na Sopa Caramela?” e partir destes motes a conversa ia fluindo.

No entanto, para ser possível conseguir extrair os dados que necessitava era imperativo ganhar a confiança dos meus interlocutores, tal como Beaud & Weber (2003) realçam no seu trabalho “Guia para a Pesquisa de Campo. Produzir e analisar dados etnográficos”. Neste caso, foi construída uma relação de confiança, demonstrando o meu interesse pela história da Sopa Caramela para que os indivíduos partilhassem comigo os dados etnográficos. Por exemplo, uma das moradoras locais ofereceu-me uma cópia da receita da Sopa Caramela (Imagem 5), que estava a vender juntamente com cabazes que continham os ingredientes deste prato tradicional (Imagem 6).

Ao longo dos três dias do evento fui falando com diferentes tipos de pessoas, ao início foquei-me mais nas pessoas que se encontravam nas bancas do mercado, depois, no segundo dia, decidi dialogar com as pessoas que se encontravam a visitar o evento e, no último dia, debrucei-me sobre os indivíduos que se encontravam integrados, por exemplo,

na organização do evento, nos ranchos folclóricos e a levarem a cabo as atividades no decorrer do mercado. Por isso, consegui obter várias fotografias, não só do evento, mas de pessoas que ia falando que estavam a participar no evento (Imagem 7).

No entanto, como é que esta sopa surgiu e qual é o verdadeiro peso que tem sob a identidade cultural desta localidade? Para explorarmos esta questão é necessário explorar a origem desta localidade e dos seus habitantes.

O Pinhal Novo é uma localidade que sempre foi um sítio de passagem, pois cruzam-se diversas rotas, tal como a Estradas dos Espanhóis, a Rota dos Círios da Atalaia, bem como os caminhos de ferro. Segundo os moradores atuais era uma localidade completamente deserta, pois não existia pessoas a morar nesta zona a não ser senhorios que eram latifundiários. Em 1856 se iniciam as obras dos caminhos de ferro e a 1 de fevereiro de 1861 foram oficialmente inauguradas as linhas do Barreiro a Vendas Novas e dos Pinhal Novo a Setúbal (Junta Pinhal Novo, 2020).

Em 1872, foi feita uma doação, por José Maria dos Santos, à população do Pinhal Novo, de um terreno para a construção de uma Igreja e para a realização de um mercado e feira de gado (Mercado Caramelo, 2021). Sendo que, as obras iniciaram logo no dia a seguir da doação ter sido assinada e foram concluídas em 1874, ficando este o primeiro ato significativo para o quotidiano dos habitantes da região. De acordo com os locais, José Maria dos Santos fazia parte da Direção da Associação Central da Agricultura Portuguesa e tinha uma grande visão agrícola e conseguiu que esta região se desenvolvesse muito. Assim sendo, José Maria dos Santos constituiu uma região na qual garantia enfermarias, missas, trabalho e alimentação, até que, segundo os atuais moradores, o nome “Pinhal Novo” surgiu do facto de se ter destruído um pinhal, que tinha sido plantado há pouco tempo, para criar um povoado com caminhos de ferro, igreja e para o início da afirmação de uma população com a sua cultura particular.

Como era uma zona que não tinha muita população foi necessário recorrer a outras regiões para ser possível fazer todo o trabalho que existia, ou seja, pessoas de todo o país deslocaram-se para esta área procurando emprego na herdade, tanto do Norte do país como do Alentejo. Um exemplo é o um facto de dois moradores terem comentado numa entrevista que todos os seus antepassados são de regiões diferentes em Portugal. Assim sendo, estes indivíduos juntaram-se nesta zona, que se foi desenvolvendo, graças aos caminhos de ferro e ao trabalho no campo, principalmente nas vinhas, que era uma vez

por ano, e nas hortas. Uma destas zonas era o Caramulo<sup>8</sup>, que originou a expressão “caramelo”, que fazia referência a quem era oriundo desta região, sendo que estes se designavam de “caramelheiros” e, mais tarde, chamavam-se os “caramelos de ir e vir”, pois estavam sempre em deslocação entre o Norte e o Pinhal Novo.

Muitos semeavam o milho e trabalhavam de domingo a domingo para angariarem dinheiro para levar para a sua terra natal. Logo, trabalhavam o dia todo no campo, sendo que apanhavam o milho logo de manhã, durante o dia faziam outras atividades agrícolas e ao longo da noite desfolhavam o milho. Pouco a pouco, começaram a fixar-se na zona, pois José Maria dos Santos proporcionou as condições para tal e muitos casaram. De acordo com um habitante, “uns vinham para o caminho de ferro, outros para a herdade do Rio Frio, onde havia uma grande plantação (...) grande empregador desta região (...) conseguiu prometer-lhes “pedaços”<sup>9</sup> (em caramelo) de terra”.

Um fator importante que colabora para a identidade cultural da população do Pinhal Novo é a questão do surgimento de particularismos linguísticos. Atualmente, os caramelos já são alfabetizados, no passado criavam os seus próprios termos de acordo com a maneira que os indivíduos entendiam as palavras e depois as reproduziam. Por exemplo, em caramelo a palavra “plantar” enuncia-se como “pantar”, visto que se expressavam como ouviam. Tal como Cavaleiro (2018) enuncia a identidade cultural engloba elementos culturais comum entre indivíduos, tal como a língua, os costumes, as tradições, valores e história compartilhada, algo que já foi possível observar através do contexto em que os caramelos surgiram (Cavaleiro, 2018). Existe uma história compartilhada por estes indivíduos, que é reproduzida até aos dias de hoje, que ajuda no fortalecimento do tecido social de uma comunidade (Hall, 1999).

Assim sendo, a origem do nome do mercado vai ao encontro da identidade coletiva dos “caramelos”, sendo que se baseava em vários elementos culturais, tal como “momentos cíclicos de celebração, linguagem, traje, gastronomia, entre outros” (Mercado Caramelo, 2021). Consequentemente, foram desenvolvidas receitas gastronómicas que representam esta identidade, como o pudim de abóbora, o doce de abóbora e a famosa Sopa Caramela (Imagem 1), a “rainha” e o pilar do património caramelo. Como um bom

---

<sup>8</sup> Uma vila portuguesa, atualmente com cerca de 1000 habitantes, localizada na freguesia de Guardão, do Município de Tondela. Como o nome indica situa-se na Serra do Caramulo, que administrativamente pertence aos distritos de Aveiro e Viseu

<sup>9</sup> Forma como os caramelos reproduziam a palavra “pedaços”

caramelo “come aquilo que produz”, segundo a expressão de um morador no local, a Sopa Caramela era a base da alimentação destes indivíduos, começando por ser um central na alimentação das pessoas, pois não existia segundo prato: a sopa era a base da dieta dos caramelos. Ou seja, este fator enaltece e aumenta o valor simbólico e identitário deste prato típico, pois era o que dava força aos trabalhadores para aguentarem os dias exaustivos de trabalho no campo, era o motor destes indivíduos.

Durante uma das conversas informais que tive uma senhora deu-me a receita para a Sopa Caramela (Imagem 5). Esta tem como base o feijão, a couve caramela, a batata, o nabo, a cenoura, a pá de porco, o toucinho, a orelha de porco, o chispe, o chouriço de carne e a massa cotovelinhos. Ou seja, é uma sopa que tem como objetivo encher bem quem a ingere, já que é muito rica em proteínas e ingredientes e era feita com carnes que, geralmente, eram as mais consumidas pelos trabalhadores. Isto é, carnes que se encontravam enquadradas na classe social a que estes indivíduos pertenciam.

Consequentemente, esta sopa dava força para resistir e era o motor de quem ficava o dia todo a trabalhar no campo e o sustento para depois da jorna. No entanto, só quando se fazia a matança do porco é que se adicionava o “condute”<sup>10</sup> (em caramelo), pois era um bem mais caro, logo normalmente era consumida maioritariamente apenas com os legumes, pois era o que economicamente os trabalhadores conseguiam obter. No passado, começava-se por colocar o feijão e, quando havia, a carne a cozerem, seguida, juntavam-se as batatas, os nabos, a massa, entre outros, ou seja, não cozinhavam tudo junto. De acordo com um habitante do local, desde o início utilizavam a massa cotovelinhos, principalmente com o propósito de engrossar o caldo, enquanto os legumes eram, muitas vezes, os que tinham disponíveis nas suas respetivas hortas.

Assim, a Sopa Caramela tem uma significância notória nesta localidade. Uma moradora do local, que estava no mercado a vender hortaliças, comentou comigo que “como gira tudo em torno da sopa decidi fazer uma cesta básica da sopa para ser vendida por caramelos de raiz”. Ou seja, existe um compromisso por parte das pessoas que se encontram nas bancas, não apenas dos indivíduos que organizam o evento, em dar a conhecer este prato típico que define a origem dos moradores locais. Isto é mais uma evidência da identidade cultural através da Sopa Caramela, pois é notório o sentimento de pertença e sensação de identificação dos indivíduos em relação a esta cultura específica (Cuche, 2003).

---

<sup>10</sup> Forma como os caramelos referiam-se à palavra “carne”

Assim sendo, o objetivo do Mercado Caramelo é dar a conhecer ao mundo a cultura gastronómica desta localidade, sendo que uma forma de o fazerem é através da popularização da Sopa Caramela. Os organizadores do mercado não vendem esta sopa nem organizam qualquer concurso para elegerem quem tem a melhor sopa, optam por partilhá-la e oferecê-la às pessoas que frequentam o evento. O que interessa a estes indivíduos é que este prato tradicional seja conhecido e consumido, enquanto elemento identitário da cultura local, celebrando e apelando ao sentido de comunidade. Ou seja, querem prevalecer e enaltecer as “tradições”, como foi mencionado anteriormente, este conceito corresponde ao “conjunto de valores “originais” culturais e sociais que caracterizam e explicam a comunidade e os seus rituais” (Cavaleiro, 2018). Logo, a Sopa Caramelo é o melhor exemplo que resume as tradições do Pinhal Novo.

Os participantes deste evento vivem-no intensamente, pois para eles “isto é uma alegria, é recordar o que nós fazíamos”, segundo uma moradora, ou seja, sentem uma forte conexão entre o mercado e a representatividade do Pinhal Novo. Tal como a Patriota (2022) afirma “referimo-nos ao sentimento de pertencimento a uma cultura nacional, ou seja, aquela cultura em que nascemos e que absorvemos ao longo de nossas vidas” (Patriota, 2022). Assim sendo, por que razão é que esta ligação é tão forte? Em primeiro lugar, é devido ao facto de apelar à memória de muitos indivíduos, o que gera a conceção de uma memória coletiva, pois o mercado continua a procurar preservar o que é entendido como sendo o tradicional.

Segundo Montanari (2006) a memória coletiva envolve várias práticas de expressão cultural, tais como rituais, histórias, tradições orais, entre outros, pois é uma forma de uma comunidade coletivamente recordar, preservar e transmitir as suas tradições (Montanari, 2006). Isto é o que se sucedeu com os caramelos ao dinamizarem atividades que remetem para tempos passados, tal como a desfolhada, que incita à recriação de uma tradição que remete para o trabalho no passado, mas agora apresentado de uma forma mais alegre e familiar. O facto de escolherem apresentar, por exemplo a tradição da desfolhada desta maneira remete para um dos grandes problemas com a memória coletiva, que é selecionarem só as partes boas. Ou seja, esta festividade apenas remete para o lado positivo da vida de um caramelo, não revela o quanto estes indivíduos trabalharam e sofreram ao longo das suas vidas. Isto sucede, pois é uma forma de combater as frustrações, que neste caso estão agregadas ao passado, pois inequivocamente que estes indivíduos sofreram em termos qualidade de vida, mas é sempre melhor enaltecer a cultura que os mesmo criaram e deixaram para as futuras gerações celebrarem.

Em termos gastronómicos, a Sopa Caramela tem igualmente uma posição importante na definição da identidade cultural dos habitantes do local, pois remete para uma tradição e uma memória muito viva que muitas pessoas do Pinhal Novo têm. A confeção da sopa era algo que se realizava em todas as casas e muitas pessoas desde pequenas que a comem e participam no processo de realização deste prato, logo, tem várias memórias afetivas associadas a ela. Assim, mais do que um produto gastronómico, esta sopa representa um modo de viver, ou seja, é um símbolo das lembranças afetivas e, por outro lado, os desafios pelos quais os caramelos tiveram de se submeter para conseguirem sobreviver. Ou seja, revela a história de muitas famílias, dos bisavós de muitos dos interlocutores que dialoguei ao longo dos três dias.

Naturalmente, a sopa é um pedaço da memória cultural destes indivíduos e remonta aos tempos dos avós, sendo que o facto de existirem diferentes tradições e memórias partilhadas é elemento central para a criação de uma comunidade (Amon & Menasche, 2008). Logo, tanto a memória como a história colaboram para este sentido de comunidade.

No entanto, o Mercado Caramelo não é o único de evento de celebração do Pinhal Novo, pois um mês depois da realização deste mercado têm lugar as Festas do Pinhal Novo. Portanto, questionei os moradores locais do porquê da existência dos dois eventos, visto que logisticamente seria mais simples juntar os dois eventos. No entanto, de acordo com as respostas que recebi. em primeiro lugar afirmam que o mercado sempre existiu em maio, logo é necessário apelar e manter esta memória cultural viva, não a deslocando para outro período, pois é importante manter a autenticidade do evento.

Em segundo lugar, o Mercado Caramelo é necessário, pois representa genuinamente o que é ser um caramelo e a mistura de diferentes regiões de Portugal que existe no Pinhal Novo, logo tem um objetivo completamente distinto do definido para as Festas Populares do Pinhal Novo. Isto é, o mercado pretende recriar as tradições locais, apelando à identidade e memória cultural regional, por outro lado, as festas populares são uma tradição que “tanto pode ser aqui como em qualquer lugar, esta não pode ser noutra lado e nem fazia sentido”, de acordo com um morador local. Assim, o mercado é entendido como representando a identidade cultural dos moradores do Pinhal Novo e só podia concretizar-se nesta época, pois se não fosse feito assim, considerava-se que se estava a desvincular da realidade e da autenticidade da região.

Em suma, o Mercado Caramelo é uma forma dos moradores locais reviverem e conectarem-se com a sua história. Esta história é representada através da “rainha do

evento”, segundo uma moradora local, a Sopa Caramela, um prato tradicional que demonstra a forma como a Gastronomia e a Identidade Cultural de uma região interagem. A Gastronomia é uma das formas mais fáceis de demonstrar a Identidade Cultural de uma comunidade, pois, como podemos ver neste caso, é um exemplo prático da forma como a identidade cultural continua a ser reproduzida até à atualidade. Logo, a gastronomia é um exemplo vivo da história desta localidade, conseqüentemente, podemos afirmar que a gastronomia é uma forma de conhecer uma região e uma das maneiras mais intemporais de uma comunidade manifestar a sua identidade cultural.

Após a análise desta questão e de percebermos a clara conexão que existe entre a Gastronomia e a produção de uma Identidade Cultural, no próximo capítulo irá ser explorado o tópico do Património Cultural. Não existe património cultural sem existir uma tangível identidade e memória cultural aliciada, logo o conteúdo que se segue apela à descoberta das conexões que existem em torno do Património Cultural e o conceito de Gastronomia.

### **3. Dinâmicas do Património Cultural e da Gastronomia**

Este capítulo tem como base um estudo de caso, o “Festival da Sardinha”, que decorreu em Portimão, no distrito de Faro, no Algarve, entre 30 de julho e 4 de agosto de 2024. O objetivo desta parte da investigação é perceber a influência que as dinâmicas em torno do Património Cultural têm na tradição gastronómica de uma região. Neste caso, vai ser utilizado o exemplo da sardinha, por ser um peixe característico daquela zona, sendo que se referem a ela como “o principal ícone gastronómico de Portimão” (Festival da Sardinha, 2019)<sup>11</sup>. O foco é perceber de que maneira é que o desenvolvimento do património cultural influenciou as tradições gastronómicas relacionadas com a sardinha.

Porquê a sardinha? Este estudo de caso foi escolhido por a sardinha simbolizar a gastronomia portuguesa, tal como todos os interlocutores afirmaram, que “era um ícone e uma iguaria “lusitana””, que pode ou não já ter sofrido modificações nas suas tradições. Este peixe representa tanto a cultura portuguesa que podemos encontrá-lo em postais (Imagem 8), ímanes (Imagem 9) ou outro género de lembranças alusivas a este elemento, basta andar por Lisboa que é notória a presença deste símbolo em várias lojas para turistas. Também existem inúmeras expressões associadas à sardinha, tal como “puxar a brasa à sua sardinha” ou “estar como sardinhas em lata”, e até existe um jogo de crianças com o nome deste símbolo português. Logo, é inegável o peso da sardinha na cultura portuguesa.

A gastronomia portuguesa é uma parte fulcral e participa da dieta mediterrânica, que foi classificada como património imaterial pela UNESCO. Graças ao estatuto que foi concedido a este tipo de alimentação é necessário questionar até que ponto é que a autenticidade do significado e das tradições associadas a esta dieta modificaram-se, graças à sua patrimonialização.

Para explorar esta questão foi escolhido o “Festival da Sardinha”, que se realiza em Portimão desde 2019, e foi um espaço que misturou o que é tido como consumo gastronómico tradicional, com música e com várias outras atividades, como sessões de showcooking, onde a sardinha foi o ingrediente principal, com chefs convidados, como foi o caso do Chef José Moura. Também tinha uma área de lounge, que proporcionou um ambiente calmo com vista para o rio Arade, contando ainda com uma programação musical, com artistas musicais e com muitas bancas de artesanato, petiscos e doçaria.

---

<sup>11</sup> Acedido a agosto, 28, 2024, de <https://festivaldasardinha.pt/sobre-o-festival/>

O início deste evento foi assinalado pela recriação histórica da descarga da sardinha, que “há 40 anos, era uma realidade muito pitoresca na zona ribeirinha de Portimão” (Festival da Sardinha, 2019)<sup>12</sup>. Esta recriação foi feita de forma fiel, com o uso de trajes e o dialeto típicos da época. Foram utilizados 500 quilos de sardinha fresca, que foi comprada em lota no próprio dia e foram oferecidas aos espectadores, tendo cada um direito a 2 sardinhas no pão e uma bebida (Festival da Sardinha, 2019)<sup>13</sup>. Portimão sempre foi um local associado a atividades piscatórias, graças ao facto de ser um excelente ponto de abrigo fluvial e por deter uma via estratégica geograficamente para importar e exportar os produtos por mar (Imagem 10). Mesmo antes de se terem desenvolvido os mercados para vender peixe ou a indústria das conservas, esta vila já tinha como hábito ir procurar os seus alimentos ao mar (Imagem 10). Um interlocutor afirma que “é um elemento que vem do mar, nós somos quase como os pescadores, a sardinha faz parte de nós”, o que fez com que se desenvolvesse à volta deste conceito, sendo a sardinha o peixe mais característico e que melhor reflete a história e a identidade cultural deste local.

Com o intuito de trabalhar este estudo de caso foram escolhidos métodos qualitativos, nomeadamente a observação participante, conversas informais e o registo fotográfico. Segundo Campbell e Lassiter (2014), o método de observação participante é imperativo para existir uma participação direta do investigador com o objeto de estudo, pois permite uma imersão completa noutro mundo onde é possível observar e descrever de forma detalhada o que se pretende descobrir (Campbell & Lassiter, p. 66, 2014). Após ter observado o evento recorri a conversas informais com as pessoas que participavam destes eventos para conseguir obter mais informação.

A minha interação com evento começou por observar o espaço e tudo o que ele me transmitia. No exterior do recinto desta festividade, os organizadores produziram vários painéis onde contavam a história de Portimão, focando-se no desenvolvimento da cidade em torno da pesca (Imagem 11) e das fábricas de conservas (Imagem 12), e há medida que me ia aproximando da entrada tinham também alguma arte espalhada alusiva à sardinha ou ao mar (Imagem 13; Imagem 14).

Após entrar no evento decidi ir experimentar o prato em que o festival se focava, a sardinha, e falei com inúmeras pessoas sobre este peixe e a sua relação com o património

---

<sup>12</sup> Acedido a agosto, 28, 2024, de <https://festivaldasardinha.pt/recriacao-historica/>

<sup>13</sup> Acedido a agosto, 28, 2024, de <https://festivaldasardinha.pt/recriacao-historica/>

cultural português. Inicialmente decidi ir às diferentes barracas de comida e escolhi aquela que, a meu ver, se encontrava mais focada neste prato típico português. Comecei por falar com as que me atenderam e por fazer questões como “se achavam que a sardinha era um prato tradicional que representava Portugal e porquê?” ou “que tradições é que conheciam relacionadas com a sardinha?”. Em seguida, questionei “se achavam que estas tradições se tinham modificado ao longo do tempo, graças, por exemplo, ao aumento do turismo?”. Depois de já ter a minha refeição, sentei-me e comecei a dialogar com outras pessoas, nomeadamente as que se encontravam na mesma mesa que eu, e, mais tarde com os indivíduos que se encontravam nas bancas, tanto de comida como de artesanato, sendo que coloquei as mesmas questões.

Considerando estes elementos, é necessário questionar quais são as tradições relacionadas com a sardinha? Este ícone português já foi cozinhado de diferentes formas, sendo que um dos locais a que a sardinha está mais associada é às festas dedicadas aos Santos Populares (Santo António, S. João e S. Pedro), é um prato indispensável nestas festividades (Manuel F. & Couto D., 2012). Desta forma, a tradição de comer a sardinha no pão já existe desde o século XVIII, quando o povo esfregava este peixe no pão para ter mais sabor e combater a falta de alimentos que teriam. No entanto, segundo Almeida (2016), só a partir de meados dos anos 60 do século XX é que existem registos do consumo da sardinha assada nos arraiais, pois antes ela era consumida nos bairros populares onde para os residentes “a rua é um prolongamento das suas casas e o convívio com os vizinhos é permanente (...) na época da sardinha, ter um fogareiro aceso à porta de casa e assar este peixe é absolutamente trivial” (Almeida, 2016). Ou seja, era um prato unificador e muito comum de ser cozinhado desta forma, sem grande sofisticação, uma sardinha a pingar no pão e o convívio com os vizinhos, que mais tarde se tornou a estrela gastronómica dos arraiais de verão ao longo de Portugal.

A sardinha assada é, de acordo com Manuel e Couto (2012), o prato mais tradicional na cozinha portuguesa, sendo que a forma de preparação que permaneceu com mais afinco é a sardinha assada ou grelhada acompanhada com pão, uma salada de pimentos assados na brasa, batatas cozidas com pele e um bom vinho (Manuel F. & Couto D., 2012). Assim sendo, ao longo da observação que fiz, questionei os interlocutores sobre se achavam que as tradições relacionadas com este prato se tinham modificado. Muitos responderam que achavam que tinha permanecido tudo igual e que a sardinha se comia da mesma forma. Aliás, um dos interlocutores afirmou que: “há sempre alterações,

mas as coisas são como são (...) nós em casa, a sardinha assada, é feita a salada e os pimentos”.

No entanto, por mais que o prato em si não se tenha modificado muito, as condições à volta do mesmo mudaram por completo, o que transformou os hábitos de consumo deste ícone português. Antigamente, de acordo com o resto dos interlocutores com quem conversei, “a sardinha era a comida dos pobres”, recordando expressões que se ouviam no passado de que: “antes uma sardinha tinha de dar para 4 pessoas”. Ou seja, era encarada como um prato para aqueles que não tinham dinheiro e desprezado pelas outras classes sociais, pois esses tinham uma diferente base alimentar.

Na década de 1950 vários casais deslocavam-se a Alfama e outros bairros de Lisboa onde eram festejados os Santos Populares para comer sardinha, mas faziam-no com “cabelos arranjados, roupa confortável, brincos, anéis, écharpes, entre outros” (Almeida, 2016). Em alguns casos, é abandonada a tradição de comer a sardinha no pão e passa-se a comer sentado e com talheres. Logo, existe um contraste, graças à adesão de estrangeiros a desfrutarem deste prato tipicamente português, bem como à ascensão social que sucedeu nesta época, dando uma nova luz a estas festas populares e à sardinha.

Outrora vista como a “comida dos pobres”, e agora como um prato que abrange todas as classes sociais, tal resultou na necessidade de criar receitas novas que tivessem a sardinha como ingrediente principal, atualmente, utilizada por grandes chefs e pela alta gastronomia (Manuel F. & Couto D., 2012). Foram criadas formas mais sofisticadas de comer este peixe, o que proporcionou que outros públicos fossem atingidos, tal como no estrangeiro, segundo Almeida (2012), “as escolhas e as práticas de consumo podem estar sempre relacionadas com a classe social a que se pertence” (Almeida, 2016). Logo, um peixe que antes estava ligado a uma classe social que tinha menos condições financeiras, agora passou a ser usufruído por todos.

Ou seja, ocorreu uma elitização da “comida dos pobres”. Tal como foi dito anteriormente, na primeira metade do século XX a dieta portuguesa era deficiente, sendo uma peça central a sardinha (Piedade, 2021), no entanto a sardinha passou a ser consumida por todos. Com o aumento do turismo e, conseqüentemente, da interculturalidade os turistas vão em busca do desconhecido, de uma experiência autêntica e a gastronomia é das formas mais práticas de concretizar este desejo (Sarmiento, C. & Quincé, M., 2020).

A gastronomia é então revalorizada, outro exemplo em Portugal é a comida típica do Alentejo. Pratos normalmente associados a situações de pobreza, tal como a Açorda à

Alentejana<sup>14</sup>, a Carne de Porco à Alentejana<sup>15</sup> ou o Cozido Alentejano<sup>16</sup> encontram-se nos restaurantes da região de Lisboa (Piedade, 2017). Outrora pratos em que continham mais leguminosas e carboidratos, tal como o pão, a batata, o feijão, o grão, entre outros, do que proteína, pois quem os consumiam eram pessoas com muito pouco poder económico, logo não conseguiam comprar as proteínas, neste momento sofrem um reequilíbrio e contêm muito mais carne e peixe. Ou seja, estes pratos rurais são introduzidos a uma elite urbana que antes não tinha vontade ou curiosidade de experimentar esta gastronomia, pois ela é “depurada, reconfigurada e dela se elimina a verdadeira pobreza – quer pela quantidade que pela eliminação do que lhes é estranho” (Piedade, 2017).

Atualmente, a sardinha é um peixe popularizado e valorizado em termos sociais, que cada vez mais é trabalhado por chefs de renome, o que lhe acrescenta um valor simbólico. Um dos interlocutores afirmou que atualmente a sardinha era encarada de outra forma, ou seja, “não como comida dos pobres que não tinham dinheiro para comprar carne, pois antigamente era um dos peixes mais acessíveis, hoje em dia não”. Ou seja, esta iguaria é procurada pelos turistas, pois é um grande marco da cultura portuguesa e todos têm curiosidade em experimentar este prato, mas há 100 anos a visão era completamente distinta. Logo, houve uma adaptação da tradição, que começou por uma mudança na forma como os diferentes grupos sociais com ela se relacionavam e posteriormente devido à afluência de estrangeiros com curiosidade de experimentar esta iguaria portuguesa:

O turismo teve tanta influência na alteração deste produto que até foi criada uma loja no centro de Lisboa com o propósito de vender latas de sardinha como lembranças de Portugal. A loja chama-se “O Mundo Fantástico da Sardinha Portuguesa” e vende latas com diferentes anos e ilustrações associadas a esses anos, com sardinhas lá dentro, e cada lata tem um valor de sete euros. A popularização, devido à atração turística, levou ao desenvolvimento de um comércio deste tipo de lembranças de características luxuosas, que contrastam com a realidade que se fazia sentir em Portugal antigamente. Logo, este produto que iniciou como a “comida dos pobres” passou a ser comercializado para além

---

<sup>14</sup> Sopa típica do Alentejo que contém pão duro, azeite, alho, coentros e água a ferver

<sup>15</sup> Prato típico do Alentejo feita de lombo de porco, massa de pimentão, banha de porco, vinho branco, batata, amêijoas e coentros frescos

<sup>16</sup> Prato típico do Alentejo que contém borrego, farinheira, chouriço, batata, feijão verde, cenouras

de um prato de comida num restaurante, passa a ser um “souvenir que assinala e prolonga a experiência da viagem. Adaptando-se às novas funções e condições de comercialização e de consumo (...)” (Moreira, 2006). Os turistas, atualmente, procuram experiências

Um paralelo com o consumo de sardinhas como símbolo nacional, que passou por um processo semelhante de tradições associadas há dieta mediterrânica, é a *bissara*, uma sopa feita à base favas, e, tradicionalmente, “coloca-se azeite de forma abundante (...) fazia parte do charme” (Lucas J., 2021), que pode ser encontrada principalmente em Marrocos e em outros países do Norte de África, tal como o Egito e a Tunísia. Esta leguminosa é a base deste prato típico, sendo fontes de proteína que originavam refeições, principalmente durante o Inverno, em zonas frias e com falta de proteína animal, tal como na região montanhosa do Rife, onde as temperaturas no Inverno podem atingir os -14,6°. Assim, é um prato que, tal como a sardinha, está conectado com uma alimentação de subsistência, que surge em contextos de ausência de alimentos, pobreza e fome.

Logicamente, segundo Lucas (2021), era uma leguminosa que era considerada pelas classes mais abastadas de forma preconceituosa, sendo que as pessoas pertencentes a estas classes sociais se comessem favas era como se tornassem pobres, pois só a consumia quem não tinha possibilidade de comprar/comer carne (Lucas J., 2021).

No entanto, não deixa de ser um elemento que pertence à identidade cultural da região do Rife, mas com muita resistência de ser denominado de um prato típico daquela zona, graças ao preconceito que tem associado ao mesmo. Mas, graças à participação de Marrocos na classificação da dieta mediterrânica para património imaterial mundial, principalmente da cidade de Chefchaouen, surgiu uma ressignificação da *bissara*. Ou seja, foi atribuído um novo valor a um prato de comida que tinha gerado tanto desdém e sentimentos negativos associados a ela por partes das outras classes sociais, mas que não deixava de ser definidora daquela região. Assim sendo, em vários restaurantes começou a servir-se mais esta refeição a turistas, com o propósito de ajudar nesta ressignificação, pois outrora pratos como o *tajin* é que eram considerados os pratos típicos de Marrocos. No entanto, estes não tinham uma história e ligação tão forte com a *bissara* tem na região de Chefchaouen. Houve uma mudança de foco e da forma de propagar e publicitar a dieta mediterrânica naquela área, pois começou a vender-se mais essa sopa.

Em ambos os casos ocorreu uma ressignificação destes pratos e as práticas que os envolvem, sendo que o contexto histórico, social e económico parece que são esquecidos com o objetivo de popularizar estes ícones culinários e são transformados graças à forma como são patrimonializados. Por exemplo, a sardinha era um prato “dos pobres” e

desprezado pelas outras classes sociais, mas que atualmente é uma iguaria que todos os turistas querem experimentar e de que todas as classes sociais usufruem. Este fenómeno também se assemelha ao que acontece com a *bissara*, pois era desprezada e, graças ao facto de Chefchaouen querer que a dieta mediterrânica integrasse parte do património mundial imaterial da UNESCO, a narrativa foi transformada, passando este prato finalmente ser consumido como “um prato típico”.

Ao longo deste capítulo foi possível observar que pratos de comida que atualmente são intitulados de “pratos típicos” e são popularizados pelas massas, têm origens em situações de pobreza. A sardinha é um exemplo deste fenómeno, outrora desprezada por as elites e apenas consumidas pelas classes sociais com mais dificuldades económicas, atualmente é uma refeição que todos, desde as pessoas com menos capacidades económicas aos turistas, querem consumir e apreciam. A representação da sardinha foi redesenhada, pois é introduzido um novo contexto o que levou ao desenvolvimento deste prato típico para lá das ruas de Alfama, agora em restaurantes e apreciada por todos.

A concretização da gastronomia portuguesa como património imaterial cultural modifica a narrativa associada aos pratos típicos que são incluídos nesta dieta, logo a dinâmica entre o conceito de gastronomia e património cultural é de modificar o fundamento de um prato típico. Ou seja, a narrativa associada aos pratos tradicionais emblemáticos de um país é alterada, dando uma nova raiz e base, por isso a interação entre os dois conceitos é de modificação e alteração conforme o desenvolvimento do património cultural.

Este capítulo demonstrou a forma como a gastronomia é influenciada pelo património cultural de um país, resta descobrir de que forma é que a gastronomia age em contacto com outras culturas, ou seja, através da interculturalidade. A próxima secção da dissertação vai-se dedicar a responder a esta questão.

## 4. Pontes entre a Interculturalidade e a Gastronomia

Este capítulo assenta na análise de um estudo de caso, a “Festa do Japão”, um evento que ocorreu no dia 29 de junho de 2024, no Jardim Vasco da Gama, em Belém, e numa entrevista realizada a uma interlocutora. O propósito desta secção é entender a relação que existe entre a Gastronomia e o conceito de Interculturalidade. O foco, mais particularmente, é compreender o porquê de os indivíduos sentirem a necessidade de recorrer a outras culturas para definir a sua identidade cultural gastronómica se, supostamente, têm uma definida no seu país.

Atualmente a cultura japonesa encontra-se em ascensão a nível de popularidade e tendo em conta o calendário dos festivais culturais no período da realização da investigação, a Festa do Japão foi escolhida. É um local privilegiado para observar o objeto de estudo deste capítulo e inquirir as pessoas presentes neste evento, pois representa a cultura japonesa a nível gastronómico, artístico, histórico, entre outros. Logo, permite compreender a relação que existe entre a gastronomia e a interculturalidade.

Para muitos interlocutores surgiu primeiro um interesse na gastronomia antes de quaisquer outros aspetos. Isto sucede pelo facto de ser um tipo de culinária tão diferente da portuguesa, sendo que surgiu primeiro interesse particularmente pela gastronomia, do que por outros fatores pertencentes à cultura. Tal como um interlocutor disse: “a gastronomia japonesa tem condimentos muito diferentes que chamam à atenção”, ou seja, por ser tão distinto cativa os indivíduos e desperta curiosidade. Assim sendo, eventos culturais como este são o local perfeito para descobrir o que esta cultura tem para oferecer, tanto a nível gastronómico, como linguístico, musical, entre outros e muitos indivíduos buscam estas experiências pela curiosidade que lhes suscita.

A Festa do Japão é uma celebração que tem o objetivo de expor e dar a conhecer a cultura japonesa em diferentes aspetos, tanto a nível gastronómico como a nível de costumes e condutas existentes no Japão. Assim sendo, é um evento que “pretende, vivenciar e dar a conhecer a cultura japonesa, assim como, celebrar a amizade e cultura entre os dois países” (Festa do Japão, 2024)<sup>17</sup>.

Este evento é coorganizado pela Câmara de Comércio e Indústria Luso Japonesa, a Câmara Municipal de Lisboa, a EGEAC, juntamente com o apoio da Embaixada do

---

<sup>17</sup> Acedido a julho, 15, 2024, de <https://festadojapao.pt/>

Japão (Festa do Japão, 2024)<sup>18</sup>. Assim sendo, é um evento sem fins lucrativos e com entrada livre, que “convida os cidadãos a partilhar as mais variadas componentes da cultura japonesa” (Festa do Japão, 2024)<sup>19</sup>. Ao longo do evento ocorreram várias atividades, tais como demonstração de artes marciais, uma apresentação de armadura de espadas, pelo Clube de Kendo de Lisboa, uma aula de iniciação ao Tiro com Arco Japonês, pela Federação Portuguesa de Kyudo, entre outros.

Para ser possível fazer esta análise foram utilizados métodos qualitativos, tal como a observação participante, conversas informais, registo fotográfico e entrevistas. Em primeiro lugar, foi feita a observação participante do evento e, em seguida, foi realizada a entrevista. Durante as conversas informais que foram levadas a cabo na Festa do Japão, o objetivo era entender o que motivou os participantes a interessarem-se pela cultura japonesa a até que ponto é que esta cultura se encontrava enquadrada na identidade cultural destes indivíduos. A ordem para a aplicação destes procedimentos metodológicos foi propositada, pois através da observação participante iria ser possível obter noções mais gerais do que poderia ser explorado neste capítulo. Após uma reflexão feita mediante a observação participante surgiram novas perguntas mais particulares para serem feitas na entrevista. No entanto, o objetivo não era conduzir uma entrevista formal estrutura, ou seja, considere necessário desenvolver a entrevista como uma conversa mais casual, tendo algumas questões pré-definidas, com o propósito de dar liberdade e deixar o diálogo fluir (Burgess, 1984).

Comecei a explorar esta temática ao participar na Festa do Japão, um evento novo para mim, pois nunca me tinha debruçado muito sobre culturas asiáticas, a não ser a nível gastronómico. Iniciei a minha observação por contemplar o espaço, que continha várias bancas de comida (Imagem 16), com filas gigantes (Imagem 17), e com muitos pratos de comida, tal como Gyozas<sup>20</sup>, Kareraisu<sup>21</sup>, Gyudon<sup>22</sup>, entre outros, e bebidas asiáticas, por

---

<sup>18</sup> Acedido a julho, 15, 2024, de <https://festadojapao.pt/>

<sup>19</sup> Acedido a julho, 15, 2024, de <https://festadojapao.pt/>

<sup>20</sup> A gyoza tem origem na gastronomia chinesa, mas difundiu-se pelo resto da Ásia. Consiste num pastel de massa fina, geralmente frito ou cozido a vapor, que pode ser recheado com carne e/ou legumes

<sup>21</sup> É um caril japonês, sendo um prato marcante desta gastronomia. Geralmente é servido de três maneiras: com arroz, com massa ou com pão, sendo um caril mais grosso, mais doce e suave em comparação com o indiano. Pode ser feita com vários tipos de carne, tal como carne de porco, de boi ou de galinha

<sup>22</sup> É um prato típico japonês que consiste em uma tigela de arroz coberta com carne bovina e cebola cozidos num molho levemente adocicado feito de dashi, molho de soja e mirin

exemplo a Cerveja Hitachino<sup>23</sup>, Refrigerante Ramune<sup>24</sup>, entre outros (Imagem 18). Também continha vários *stands* com diferentes atividades associadas ao Japão, por exemplo havia um stand de reiki (Imagem 19), outro com a presença da Federação Portuguesa de Judo, que tinha iniciativas ligadas às artes marciais, e a Embaixada do Japão, que dava conhecer a história do país (Imagem 20; Imagem 21). Também existiam várias bancas a vender diversas figuras de desenhos animados japoneses e muitos indivíduos a fazer *cosplay*<sup>25</sup> das personagens presentes nos *animes*<sup>26</sup> (Imagem 22).

Em seguida, decidi começar a minha interação por visitar as bancas de comida e experimentar diversos pratos tradicionais japoneses, por exemplo Takoyaki<sup>27</sup>, Yakisoba<sup>28</sup> (Imagem 23) e Onigiri<sup>29</sup> (Imagem 24). Escolhi começar por experimentar estes pratos para ter uma perspetiva do porquê de alguém procurar diferentes gastronomias, antes de obter uma visão dos outros interlocutores. Depois da minha refeição, passei para as conversas informais, sendo que falei com vários indivíduos sobre o porquê de se interessarem pela cultura japonesa. Outra questão que era necessário levantar era o porquê de quererem experimentar a gastronomia japonesa que, tal como muitos interlocutores afirmaram, “tem sabores, texturas e formas de preparar os alimentos acentuadamente diferentes da gastronomia portuguesa”.

Com o propósito de me enturmar participei em algumas das atividades que estavam a decorrer nas diferentes bancas, tal como ver um espetáculo de artes marciais e a *Tanabata* (Imagem 25), que é inspirado no *Festival de Tanabata*, um evento anual realizado a 7 de Julho e é celebrado em inúmeros lugares por todo o Japão, sendo que no

---

<sup>23</sup> Cerveja de origem japonesa

<sup>24</sup> Autêntico refrigerante japonês, com diferentes sabores, tal como mirtilo, morango, entre outros

<sup>25</sup> Abreviação para “costume play” e é uma atividade e arte performativa em que os participantes, intitulados de “cosplayers” usam fantasias e acessórios para representar uma personagem específica

<sup>26</sup> Este termo refere-se a um tipo de desenho animado produzido no Japão, sendo um gênero de animação que pode apresentar narrativas que pertencem a várias categorias cinematográficas, tal como infantil, terror, romance, comédia, aventura, erótica, ficção científica, entre outros

<sup>27</sup> Prato popular da culinária japonesa, conhecido por ser uma espécie de bolinho de polvo. “Tako” significa polvo em japonês e “yaki” significa grelhado ou cozido, sendo um lanche de rua

<sup>28</sup> De forma resumida, é um prato que tem como base massa longa e fina que é salteada, a que se juntam vegetais e carne

<sup>29</sup> É uma bola de arroz, que vem em forma de triângulo, que pode ser recheada com salmão, atum, kimchi, entre outros, e vem embrulhada em uma fola de nori

norte, na região de Sendai é que tem mais esplendor. Este festival inspira-se numa lenda sobre dois amantes que são representados pela estrela Vega e pela estrela Altair, separados pela Via Láctea, que só se encontravam uma vez por ano, na noite de 7 de Julho. O objetivo desta atividade é escrever nas hastes de bambu recortes de papel coloridos e cartões compridos onde se escrevem desejos, pedindo às estrelas a sua realização (IMAGEM 11; IMAGEM 12).

Para seguir com a minha investigação conduzi uma entrevista a uma pessoa que irá ter o nome fictício de Camila. A Camila consome muita cultura asiática e desde pequena que está imersa na cultura japonesa, sendo uma das razões o *anime* e, conseqüentemente, tem um muito gosto pela gastronomia japonesa. Logo, iria proporcionar-me uma perspetiva mais detalhada e pormenorizada sobre as questões que tinha levantado anteriormente nas conversas informais que se sucederam na Festa do Japão. A entrevista começou por questionar “como é que a Camila tinha começado a interessar-se pela cultura japonesa, em particular, e asiática em geral” e, em seguida, pela gastronomia deste contexto. Após termos dialogado sobre estas questões foi interrogado “qual ou quais seriam as identidades culturais com que a interlocutora se identificava” e “se teria proximidade com pessoas que tivessem nascido no Japão ou noutra país asiático”. Por último, pretendia entender “se a Camila frequentava com muita periodicidade este tipo de festivais”. Logo, foram feitas algumas questões base, com o propósito de dar um fio condutor à entrevista, mantendo sempre um tom amigável e um estilo de conversa informal. Conservar este regime seria mais fácil de obter as informações, pois iria estar a conduzir a conversa, mas de uma maneira em que o entrevistado tivesse liberdade de comunicar abertamente (Burgess, 1984).

Um interlocutor enalteceu que veio a esta festa porque: “queremos provar como é que aquilo é pelos nossos olhos, muitas vezes demonstram uma imagem errada sobre a realidade destas culturas e por isso temos de ir ver a realidade”. Antes não existia tanta oferta de restaurantes orientais e formas de conhecer esta cultura, no entanto, através da gastronomia, ou seja, da abertura de restaurantes dedicados a esta culinária e eventos que incluem este aspeto, foi aberta uma porta para os portugueses conhecerem esta cultura e, conseqüentemente, para uma diminuição de estereótipos.

Segundo Milani (2022), o mesmo sucedeu em São Paulo, no Brasil, sendo que “a culinária também traduz o estabelecimento destes povos em solo brasileiro” (Milani, 2022), pois serviu como contribuição para a junção de várias culturas em uma só. A gastronomia cumpriu uma função unificadora e que permitiu preservar a cultura, por exemplo, italiana

num país estranho a estes imigrantes, tal como aconteceu no Estados Unidos da América, que até desenvolveu-se uma cozinha de fusão entre ambas as culturas. Ou seja, é uma ferramenta para ajudar a adaptação de indivíduos que são imigrantes num novo país, sendo um catalisador para mudanças a nível social, pois empodera as gastronomias étnicas (Karaosmanoğlu, 2020).

Uma das razões pela qual existe um grande interesse pela gastronomia japonesa é graças ao *anime*. De acordo com Gomes (2019), desde a década de 1980 que a gastronomia deste país se encontra presente nos desenhos animados japoneses (Gomes, 2019). Por exemplo, em 1984 foi lançado o desenho animado *Dragon Ball*, em que várias personagens tinham os nomes inspirados em pratos desta culinária, por exemplo a personagem “Broly”, um trocadilho com “broccoli” (brócolo em inglês).

No entanto, é partir de 2004 que este universo sofre uma expansão e começam a aparecer cada vez mais pratos característicos nestes animes, acabando por suscitar o interesse do espectador pela gastronomia japonesa (Gomes, 2019). Assim sendo, muitas vezes são relacionados elementos marcantes da cultura alimentar japonesa, como por exemplo no *anime* “Shokugeki” onde é utilizado o arroz, a soja, os pescados e o *dashi*<sup>30</sup>. Logo, surge um interesse por parte dos espectadores que desencadeia curiosidade, pois é uma culinária que diverge da norma do Ocidente, pois utiliza sabores, texturas e formas de cozinhar distintas do que os indivíduos, por exemplo em Portugal estão habituados.

Por exemplo, a Camila admitiu que já consumia desde tenra idade *animes* que passavam no Canal Panda, tal como Mermaid Melody, Doraemon e Digimon, ou mesmo os filmes do Estúdio Ghibli, tal como o “Spirit in the Away”. Nestes desenhos animados existiam pratos característicos, como no Doraemon onde surgiam frequentemente os Dorayakis<sup>31</sup> e suscitavam a vontade de provar este tipo de comidas que são tão distintas do que existe no Ocidente. Ou, por exemplo, na série Naruto, surge um restaurante de ramen<sup>32</sup>, chamado Ichiraku Ramen, onde a personagem principal frequentava muito e comia ramen. A Camila contou-me que viu esse anime com o irmão e ele ficou com tanta curiosidade para experimentar ramen que foram a um restaurante típico japonês. Ou seja,

---

<sup>30</sup> Caldo rico em umami utilizado na culinária japonesa

<sup>31</sup> É um tipo de doce japonês, que é uma espécie de panqueca recheada com anko, uma pasta de feijão azuki

<sup>32</sup> Prato de origem japonesa composto por um tipo de massa, que pode ser fina ou grossa, que se serve num caldo à base de carne, peixe ou legumes

este desenho animado fez com que o irmão da Camila tivesse interesse em experimentar algo totalmente diferente do que ele estava habituado a comer

Por outro lado, também existe um crescente interesse pela gastronomia japonesa devido a motivos geracionais e uma identificação maior do indivíduo com os valores orientais. Através da minha investigação percebi que para muitos interlocutores a gastronomia japonesa foi introduzida através dos seus pais, que já antes de os filhos nascerem tinham um interesse por esta cultura, muitos porque praticavam artes marciais, como o *judo*<sup>33</sup> e o *karaté*<sup>34</sup>, ou graças ao facto de se interessarem pelo budismo, pela meditação e pelo *yoga*<sup>35</sup>. Consequentemente, começaram a desenvolver um interesse pela gastronomia japonesa e transmitiram este gosto aos filhos. Muitos interlocutores definem os valores orientais como apelando ao indivíduo a ser “mais respeitoso, com um maior valor coletivista”, sendo que é um povo com honra e com cuidado pelo próximo que, segundo os interlocutores, se opõe aos valores ocidentais. Até nos *animes* é possível observar estas diferenças culturais, por exemplo, o facto de não entrarem com os sapatos em casa, a disposição da casa e a forma como se encontra organizada, por exemplo, o facto de terem uma mesa baixa e fazerem as refeições sentados no chão.

O facto de os pais dos interlocutores já terem um interesse prévio por esta cultura, influenciou os gostos e a identidade cultural que estes indivíduos desenvolveram. Contudo, a gastronomia japonesa aparece com contornos pouco definidos, sendo englobada num todo que respeita à culinária asiática. Por exemplo, a Camila admitiu que graças à sua mãe, começou desde muito nova a comer comida asiática, sendo que um dos pratos de infância dela é a galinha com amêndoas, pois ia muitas vezes com a família a um restaurante chinês que existia perto da sua casa. Logo, é um prato que suscita um sentimento de nostalgia, remetendo-lhe à sua infância e desencadeando uma sensação de pertença às culturas asiáticas. Mas, na Europa distinguimos, por exemplo, a culinária portuguesa da espanhola, da grega, da italiana, no entanto quando se envolve a cultura

---

<sup>33</sup> É uma arte marcial e um desporto Olímpico, foi criado em 1882 pelo mestre japonês Jigoro Kano a partir da arte marcial Ju-Jitsu e consiste numa luta defensiva, baseando-se na agilidade e flexibilidade dos praticantes

<sup>34</sup> É um método de combate e defesa pessoal, de origem japonesa, em que não se utiliza uma arma, consiste sobretudo no uso de diversos golpes, rápidos e vigorosos, de mão e pé, desferidos sobre pontos vitais do adversário

<sup>35</sup> Disciplina tradicional hindu que visa a libertação e união com o absoluto através de práticas espirituais e corporais, baseada em posturas corporais e no controlo dos ciclos respiratórios

asiática não existe essa diferenciação, mais rapidamente os indivíduos misturam, por exemplo, a cultura japonesa com a chinesa, por mais que tenham traços distintos, como podemos observar através do comentário de Camila. Mesmo em restaurantes muitas vezes misturam pratos da gastronomia japonesa com a chinesa, sendo tratadas de forma indiferenciada.

A participação neste tipo de eventos culturais por indivíduos que têm uma grande influência por parte de culturas asiáticas, corresponde a locais onde os mesmos gostos e valores são partilhados. Segundo Severino e Simões (2024), estes eventos proporcionam “uma multiplicidade de atividades oferecidas, desde a gastronomia, tradição, animação, videojogos (...) até à comercialização de merchandize” (Severino & Simões, 2024). Logo, são eventos que recriam esta realidade e permitem aos fãs “fruírem de momentos especiais e se conectem com outros entusiastas, oferecendo uma oportunidade de “viajar para o Japão” sem sair dos seus próprios países” (Severino e Simões 2024). Ou seja, estas pessoas procuram uma comunidade fora da que corresponde à sua cultura de origem, uma comunidade que está incluída na identidade cultural destes indivíduos. Por exemplo, o Iberanime é outro evento que celebra a cultura japonesa em um ponto maior que a Festa do Japão onde muitos indivíduos, tal como nesta festa, fazem cosplay, desde crianças, a adultos e a famílias (Iberanime, 2024)<sup>36</sup>. O que todas estas pessoas têm em comum, sem ser o gosto pela cultura japonesa, é a busca por uma comunidade em que se enquadrem e para isto ser possível é necessário recorrer a outras culturas que proporcionem este tipo de experiências que não sucedem na cultura ocidental.

A identidade cultural de uma pessoa inclui vários fatores, tal como a gastronomia, gostos cinematográficos, valores morais, entre outros, sendo que um indivíduo pode-se identificar mais, por exemplo, com a cinematografia do seu país de origem, mas em termos gastronómicos relacionar-se mais com um país estrangeiro, mesmo tendo memórias afetivas relacionadas com a identidade cultural da região em que cresceram. Ou seja, a identidade cultural de um indivíduo reúne vários traços culturais de diferentes comunidades.

A individualidade de cada ser humano é definida e moldada pelas experiências que a mesma vai vivendo e influências que existem na sua vida, por exemplo desde a infância. Segundo Hall (1999), as identidades culturais não são fixas, sendo que se encontram suspensas e num estado de transição que é delineado pelas vivências de cada

---

<sup>36</sup> Acedido a julho, 24, 2024, através de <https://www.iberanime.com/cultura-tradicional-japonesa/>

um (Hall, 2019). Por exemplo, o facto de a Camila definir a galinha com amêndoas como um prato da sua infância demonstra os efeitos da interculturalidade, pois um prato que não é típico português, mas de outro país é que é o prato de infância dela. De acordo com Milani (2022), vão sendo agregadas memórias individuais associadas à comida à medida que as pessoas vão experienciando outras gastronomias (Milani, 2022), tal como é o caso da Camila. Logo, a identidade cultural de um indivíduo é definida por um cruzamento de culturas.

A gastronomia tem o poder de unir culturas, como podemos observar ao longo do capítulo, é uma forma de expressão cultural que ilustra as características de uma sociedade, bem como difunde e propaga uma cultura. Neste caso, foi possível testemunhar que existe uma mistura entre as conceções de cada cultura asiática, ou seja, muitas vezes não é feita uma distinção entre, por exemplo, a cultura japonesa e a cultura chinesa, mesmo em restaurantes, que muitas vezes misturam as diversas variedades de pratos tradicionais. No entanto, a cultura japonesa constitui e contribui para a identidade cultural de vários indivíduos, pois proporciona-lhes um senso de comunidade e de partilha que não lhes é proporcionado pelas suas culturas originais. Ou seja, respondendo à questão principal no início do capítulo, a identidade cultural de um indivíduo é mutável e engloba várias características para além da sua cultura de origem, claro que a região onde alguém cresceu influencia os seus gostos, mas não deixam de ser adaptáveis, criando a identidade cultural de alguém única. Logo, a gastronomia juntamente com a interculturalidade são unificadores socialmente, pois ajudam a adaptam-se e difusão de diferentes culturas.

## **Conclusão**

A gastronomia possui um papel dinâmico na construção e redefinição da identidade cultural de uma comunidade, sendo uma ferramenta para a criação de pontes entre diferentes culturas. Ou seja, este conceito não ajuda só na preservação de uma

identidade cultural, mas também se adapta e enriquece por meio de interações culturais. A gastronomia reflete a história e as influências de várias comunidades, adaptando-se ao longo do tempo sem perder o seu valor tradicional.

A Gastronomia é uma das formas mais fáceis de demonstrar a Identidade Cultural de uma comunidade, pois, como podemos através do estudo de caso o “Mercado Caramelo”, é um exemplo prático da forma como a identidade cultural continua a ser reproduzida até à atualidade. Logo, a gastronomia é um exemplo vivo da história desta localidade, conseqüentemente, podemos afirmar que a gastronomia é uma forma de conhecer uma região e uma das maneiras mais intemporais de uma comunidade manifestar a sua identidade cultural.

Através das dinâmicas entre o património cultural e o conceito de gastronomia foi possível retirar que a concretização da gastronomia portuguesa como património imaterial cultural modifica a narrativa associada aos pratos típicos que são incluídos nesta dieta, logo a dinâmica entre o conceito de gastronomia e património cultural é de modificar o fundamento de um prato típico. Ou seja, a narrativa associada aos pratos tradicionais emblemáticos de um país é alterada, dando uma nova raiz e base, por isso a interação entre os dois conceitos é de modificação e alteração conforme o desenvolvimento do património cultural.

A gastronomia tem o poder de unir culturas, é uma forma de expressão cultural que ilustra as características de uma sociedade, bem como difunde e propaga uma cultura. Conseqüentemente, vários indivíduos identificam-se com mais que uma identidade cultural, sendo compostas por traços culturais de diferentes culturas, ou seja, é um conceito mutável e adaptável consoante as experiências que cada um vai vivenciando. Como podemos observar através do estudo de caso a “Festa do Japão”, proporciona-lhes uma comunidade de e um senso de partilha que não é correspondido através das suas culturas originais. Logo, a gastronomia juntamente com o conceito de interculturalidade têm um papel unificador a nível social, pois ajudam na difusão e adaptação de diferentes culturas.

## **Fontes e Referências Bibliográficas**

**Fonte**

Carta de Porto Santo (2021). A cultura e a promoção da democracia: para uma cidadania cultural europeia. Conferência do Porto Santo, Madeira.

## Referências Bibliográficas

Almeida R. (2016). “Santos Populares: a indução da tradição”. Universidade de Lisboa.

Amon, D. & Menasche, R. (2008). “Comida como narrativa da memória social”. Sociedade e Cultura.

Araújo, M. (2014). “Valor Patrimonial da Gastronomia Portuguesa: impacto na satisfação dos Turistas no destino Porto”. Universidade Lusófona do Porto.

Beaud, S. & Weber, F. (2003). “Guia para a Pesquisa de Campo. Produzir e analisar dados etnográficos”. Editora Vozes.

Brillat-Savarin. (2010). “Fisiologia do Gosto”. Relógio d’ Água Editores.

Burgess, R. (1984). “A Pesquisa do Terreno – Uma Introdução”. Taylor & Francis.

Boas, F. (1911). “The Mind of Primitive Man”, The Macmillan Company.

Campbell E. & Lassiter L. (2014). “Doing Ethnography Today – Theories, Methods, Exercises”. Wiley Blackwell.

Canclini, N. (2004). “Mapas de la Interculturalid”. Gedisa.

Cavaleiro, O. (2018). *Portugal Gastronómico – A Gastronomia Portuguesa e as Cozinhãs Regionais*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Chiaro, D. (2008). “A taste of otherness eating and thinking globally”. European Journal of English Studies.

Cuche, D. (2003). “A noção de cultura nas ciências sociais”. Fim de Século.

Cunha, K. & Oliveira, L. (2009). “A Gastronomia enquanto Atrativo Turístico – Cultural”. Universidade Estadual em Goiás.

DGS. (2018). “Dieta Mediterrânica”. Acedido a janeiro, 7, 2024, de <https://alimentacaosaudavel.dgs.pt/dieta-mediterranica/#:~:text=A%20UNESCO%20definiu%20a%20Dieta%20Mediterr%C3%A2nica%20%28DM%29%20em,e%20transmiss%C3%A3o%20desta%20heran%C3%A7a%20cultural%20para%20o%20futuro>

IPHAN. (2021). “Património Mundial Cultural e Natural”. Acedido a agosto, 12, 2024, de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/29>

- Ferro, R. (2017). *Dimensões Conceituais da Gastronomia*. Centro Universitário Senac.
- Festa do Japão. (2024). “Festa do Japão”. Acedido a julho, 15, 2024, de <https://festadojapao.pt/>
- Franzoni, E. (2016). “A gastronomia como elemento cultural, símbolo de identidade e meio de integração”. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Goldberg, D. (1994). “Multiculturalism – a critical reader”. Blackwell.
- Gomes, C. (2019). “Gastronomia nos Desenhos Animados: Cultural Alimentar Japonesa em Shokugeki no Souma”. Universidade Federal do Ceará.
- Goodman, M. (1967). “The Individual and Culture”. The Dorsey Press.
- Halbwachs, M. (1994). “Les cadres sociaux de la mémoire”. Albin Michel.
- Hall, S. (1999). “A identidade cultural na pós-modernidade”. DP&A.
- IPHAN. (2019). “Património Mundial Cultural e Natural”. Acedido a janeiro, 5, 2024, de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/29>
- Jenks, C. (2005). “Culture”. Routledge.
- Karaosmanoğlu, D. (2020) “How to study ethnic food: senses, power, and intercultural studies”, *Journal of Ethnic Foods*
- Lucas, J. (2021). “O património alimentar enquanto atracção turística: a conversão da “Dieta Mediterrânica” em mercadoria, em Chefchaouen (Marrocos)”, *Etnográfica*, 25 (1), pp.231-253 DOI: <https://doi.org/10.4000/etnografica.10056>
- Luzio, T. (2021). “A articulação entre políticas culturais e políticas educativas em Portugal: O Plano Nacional das Artes”. ISCTE-IUL.
- Malinowski, B. (1992). “Argonauts of the Western Pacific”. Routledge.
- Manuel F. & Couto D. (2012). “Sardinha”. Universidade do Porto.
- Milani, C. (2022). “Uma nova Babel de cheiros e sabores. Gastronomia como comunicação e identidade transglobal em São Paulo”. Universidade do Porto.
- Mintz, S. (2001). “Comida e Antropologia – uma breve revisão”. *Revista Brasileira de Ciências*.
- Méndez, M.L. & Puget, J. (2013). “Mesa de abertura”. FLAPAG. Mercado Caramelo. (2021). “Mercado Caramelo – Mercado à Moda Antiga”. Acedido a maio, 20, 2024 de <https://www.mercadocaramelo.pt/caramelos.html>
- Montanari, M. (2006). “La Comida como Cultura”. Ediciones Trea S.L.

Moreira, R. (2006). “Tradição e Inovação Alimentar: dos recursos silvestres aos itinerários turísticos” ESHTE.

Oddy, D. (2003). “From Plain Fare to Fusion Food: British diet from the 1890s to the 1990s”. Boydell.

Património Cultural. (2020). “Património Cultural Material – Castelos”. Acedido a janeiro, 5, 2024, de <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/patrimonio-cultural-material/castelos-pt/>

Patriota, L. (2022). “Cultura, Identidade Cultural e Globalização”. *Qualitas Revista Eletrônica*.

Piedade, A. (2017). “Esta açordinha até dá vida aos mortos! – de comida da fome a comida de elite”. In Rabanaque, M.; Hernandorena, M.; Esteyan, A. (2017), (Coord.). “Antropologies en transformació: sentits, compromissos i utopies”. Universitat de Valencia.

Piedade, A. (2021). “Com Papas e Bolos, se enganam os tolos – Sistemas Alimentares, Paladar e Identidade”. IPBeja.

Pinhal Novo, Junta. “De dia 10 a 12 de maio, venha ao Mercado Caramelo!”. Acedido a maio, 20, 2024, de <https://www.juntapinhalnovo.pt/atividades/economia-local/650-de-dia-10-a-12-de-maio-venha-ao-mercado-caramelo>

Prats, L. (1997). “Antropologia y Patrimonio”. Editorial Ariel S.A.

Quivy, R & Campenhoudt, L. (1998). “Manual de Investigação em Ciências Sociais”. Gradiva.

Richards, G. (2002). “Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?”. Routledge/ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education)

Sánchez, J. (2018). “Qué és patrimonio natural y ejemplos?”. Acedido a janeiro, 5, 2024, de [https://www.ecologiaverde.com/que-es-patrimonio-natural-y-ejemplos-1599.html#anchor\\_2](https://www.ecologiaverde.com/que-es-patrimonio-natural-y-ejemplos-1599.html#anchor_2)

Sarmiento, C. & Quincé, M. (2020). “Intercultural Routes across Multicultural Spaces: from Theory to Dialogue”. ISCAP-P.

Silva, J. (2021). “Programas Culturais e Turismo: relações e dinâmicas – O caso da Ericeira entre 2010 e 2019”. ISCTE - Instituto Universitário De Lisboa.

Silva, P. (2012). *As Iscas com Elas ou Iscas à Portuguesa – Património, Gastronomia e Turismo em Lisboa*. ISCTE - Instituto Universitário De Lisboa

Soares, J. (2020). “Experiências Gastronómicas Airbnb Autênticas e Memoráveis em Tempos de Pandemia”. ISCTE - Instituto Universitário De Lisboa.

Sobral, J. M. (2007). “Nacionalismo, Culinária e Classe. A cozinha portuguesa da obscuridade à consagração (séculos XIX-XX)”. Ruris.

Teixeira, A. (2019). “Religião, memória e cultura: perspetivas teóricas a partir de Maurice Halbwachs”. Horizonte.

UNESCO. (2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial – 32.<sup>a</sup> Sessão da Conferência Geral da UNESCO- Paris, 17 de março de 2003. Acedido a março, 6, 2024, de <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-PT-Portugal-PDF.pdf>

Weissmann, L. (2018). “Multiculturalidade, Transculturalidade, Interculturalidade”. PUCSP.

Wetzel, D. (2020). “Maurice Halbwachs – Collectives Memory and Forgetting”. Medical School Hamburg.

Yutang, L. (1936). “My Country and my People”. The Windmill Press.

## **Anexos**

### **Anexo A – Fotografias tiradas no decorrer do Mercado Caramelo**

Imagem 1 – Sopa Caramela no Mercado Caramelo, 2024



Imagem 2 - Recriação da Desfolhada no Mercado Caramelo, 2024



Imagem 3- Confeção da Sopa Caramela no Mercado Caramelo, 2024



Imagem 4- Vacas a puxarem uma carroça no Mercado Caramelo, 2024



Imagem 5- Receita da Sopa Caramela no Mercado Caramelo, 2024

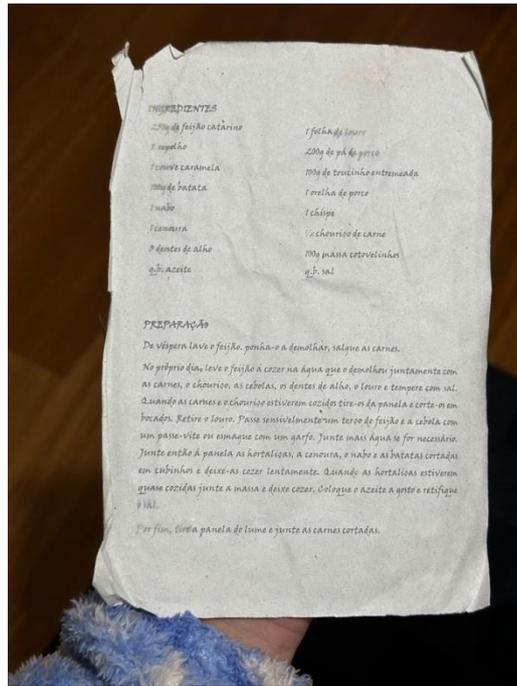


Imagem 6- Moradora local a vender cabazes no Mercado Caramelo, 2024



Imagem 7 – Participante do Mercado Caramelo, 2024



## Anexo B – Fotografias tiradas no decorrer do Festival da Sardinha

Imagem 8 – Postais com sardinhas em Arroios, Lisboa, 2024



Imagem 9 – Ímanes com sardinhas em Arroios, Lisboa, 2024



Imagem 10 – Paineis a explicar a história de Portimão, em Portimão, 2024



Imagem 11 – Cadeia de painéis a explicar a história de Portimão, 2024



Imagem 12 – Painel a explicar a história de Portimão, em Portimão, 2024

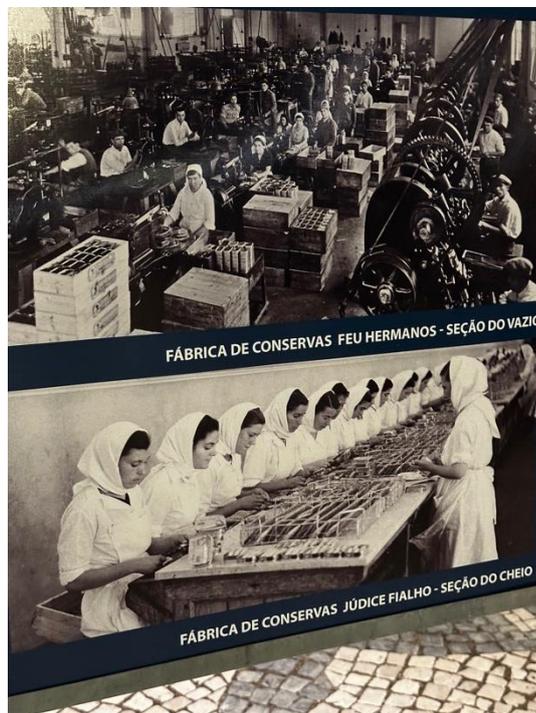


Imagem 13 – Arte da entrada do Festival da Sardinha com sardinha, em Portimão, 2024



Imagem 14 - Arte da entrada do Festival da Sardinha com sardinha, em Portimão, 2024



## Anexo C – Imagens tiradas no decorrer da Festa do Japão

Imagem 16 – Bancas de comida na Festa do Japão, 2024



Imagem 17 – Bancas de comida na Festa do Japão, 2024



Imagem 18 – Menu de comida da Festa do Japão, 2024

uma das bancas de



Imagem 19 – Banca de reiki na Festa do Japão, 2024



Imagem 20 – Banca da Embaixada do Japão na Festa do Japão, 2024



Imagem 21 – Banca da Embaixada do Japão na Festa do Japão, 2024



Imagem 22 – Banca de figuras de animação japonesas na Festa do Japão, 2024



Imagem 23 – Takoyaki e Yakisoba na Festa do Japão, 2024



Imagem 24 – Onigiri na Festa do Japão



Imagem 25 – *Festival da Tabanata* na Festa do Japão, 2024



Imagem 26 – *Festival da Tabanata* na Festa do Japão, 2024



Imagem 27 – *Festival da Tabanata* na Festa do Japão, 2024



## **Anexo D - Guião de Entrevistas**

### **Entrevista Camila (nome fictício)**

1. Como é que te interessaste pela cultura japonesa/asiática?
  - a. Podes contar o teu percurso?
  
2. E a gastronomia?

Como foi a primeira experiência?  
Com que idade?  
Achas que há uma ligação entre a comida e a cultura (asiática)?
  
3. Qual é a tua identidade cultural?

Ou são várias?
  
4. Tens proximidade com pessoas japonesas? Ou asiáticas?

Sim: Podes um pouco dessa experiência?  
Não: Conheces que tenha? Nesse caso, podes falar um pouco da sua relação?
  
5. A que festivais interculturais costumavas ir?
  - a. Podes dar alguns exemplos?

Porquê? O que é que te atrai nesses festivais

## **Anexo E – Entrevista com Camila**

**Nicole:** Olá. Autorizas a gravação desta entrevista?

**Camila:** Sim, autorizo.

**N:** Ok. Então Camila, a minha tese, só para te reviver a memória do tema, a pergunta de partida é tentar perceber qual é a relação que existe, é a maneira como a gastronomia é um ato cultural é perceber a relação que existe entre a cultura e a gastronomia. E esta parte da minha tese está inserida, na parte da interculturalidade.

Vamos passar às perguntas.

Bem, Camila, **como é que te interessaste pela cultura asiática?** Conta-me o teu percurso.

**C:** Eu acho que desde sempre. Acho que foi uma cena que nasceu desde sempre comigo.

Imagina, a minha mãe, quando eu era mais pequenina, eu já via animes. Ou seja, os que estavam no canal Panda, tipo o Mermaid Melody, Doraemi, Digimon, ou seja desde pequenina que eu via.

E eu via também os filmes do estúdio de Ghibli, que a minha mãe comprava. Eu não me lembro, ou seja, eu só me lembrava de ver o “Sprint in the away”, mas o resto não.

E a minha mãe contou-me que eu já os via, ou seja, acho que foi um bocadinho já inserido, tipo, por causa da minha mãe também, que tipo, ok. Porque a minha mãe desde muito nova que me levava a imaginar como é que comia das chinesas. Tipo, eu com 5 anos já ia aos chineses comer. Eu lembro, tipo, um dos pratos de infância, o único que eu comia mais era tipo galinha com amêndoa. Então tipo, foi uma cena assim, tipo, com 9 anos eu comecei a comer sushi.

**N:** Ok, estamos na parte da gastronomia, ok.

**C:** Foi uma cena que eu sempre, tipo, ou seja, por exemplo, havia o xizam e havia o dorayamon e eu queria beber e comer os dorayakis. E tipo, havia um anime específico que tinha uns bolinhos que eram patrocinados, tipo, e havia sempre, tipo, à venda no supermercado e a minha avó comprava e eu adorava e aquilo era de um anime. Só que, como qualquer boa criança, eu também tive aquela fase do, não, eu? o anime não. Tipo, só que eu já gostava.

**N:** Ok, ok.

**C:** Então sim, tipo, opa, eu sempre fui curtindo muito da cultura. Sempre foi uma coisa que fez parte de mim, assim.

**N:** **Qual é que foi a tua primeira experiência de contacto com a gastronomia asiática?**

**C:** É assim, lá está, eu não me lembro se foi com 5, se foi com 9 ou não, mas vamos supor que era 5 anos. Há um restaurante chinês em Mafra e eu lembro-me que a minha mãe foi lá num aniversário dela e levou-nos lá. E foi galinha com amêndoas. Também existia outro que íamos mais vezes e ele faziam galinha com amêndoas e eu lembro-me que comia sempre que ia lá. Epa era mesmo bue bom e aquilo tinha sabor mesmo de tipo infância. Porque é mesmo bom.

Tanto que, umas vezes eu estava na escola, tipo já no básico, em Viseu. É que tipo, uma vez eu estava no básico em Viseu, e era para aí oitavo ano, nono ano, e a minha escola tinha a mania de fazer a Semana das Culturalidades, onde pegava a comida de cada país e fazia durante uma semana inteira. E o país, houve um dos dias que era a China, e fizeram galinha com amêndoas. E eu fiquei bem excitada, porque tipo, eu fiquei mesmo bem tipo, ok, eu estou a comer aquilo que eu comia quando era pequenina, estou bem feliz.

E depois também, a minha avó materna acabava por fazer arroz chau chau em casa.

**N:** Ok então houve uma adaptação em casa com os teus avós.

**C:** Houve uma adaptação, ou seja, eu tenho de agradecer à minha mãe, porque foi a minha mãe basicamente que introduziu isto em nós. Principalmente em mim. Tenho de agradecer também à minha avó da parte materna, porque ela nos levava também ao chinês, a comer, aqueles self- servisse. Tanto que, em Lisboa, na Espoa, agora já fechou, havia um self-service, que era o self-service onde eu ia desde os meus 9 anos, 9 ou 8 anos. Em que nós íamos lá, buscávamos uma caixinha, tipo, eu trazia o meu sushi e essa coisa toda, levava para casa e comia. Ou seja, eu como aquilo desde os meus 7 ou 8 anos. Ou seja, é uma cena onde eu fui habituada desde criança. Por isso que para mim, sempre tive contacto com a comida asiática. A coreana foi mais tarde, mas tipo, japonesa e chinesa, sempre tive contacto.

**N:** **okok, então achas que há uma ligação entre a comida e a cultura?**

**C:** Sim, sim.

**N:** Porque também vias isso nos animes e depois vias como também ficasses com interesse.

**C:** Sim, imagina, há uma coisa que, por exemplo, há muitos miúdos, eu vi de Nauruto mais tarde, mas há muitos miúdos que vêm em Nauruto e querem comer Naruto por causa do ramen. Há um sítio onde o Naruto vai sempre comer ramen, que é o Ichigaru Ramen, que é tipo, um senhor que vende ramen ao Naruto. E isso incentiva mesmo esses miúdos a experimentarem. Porque ok, toda a gente já comeu ramen, ou vai comer um dia, ou isso assim, mas há miúdos que se calhar são mais novos que querem comer porque nunca comeram. E eu lembro-me perfeitamente uma vez estar a ver Naruto com o Duda (nome

fictício), e simplesmente o Duda se vira, ah vamos fazer ramen. Tipo, e fizemos realmente, porque ele queria experimentar. Ou por exemplo, Doraemon. Tipo, a nossa geração via, tipo, o Doraemon,

**N:** Sim, sim.

**C:** Quem é que não queria comer, tipo, os Doraekis. Ou quem é que não queria comer os Onigiris ou assim.

**N:** É engraçado que pelos animes vais percebendo as diferenças culturais, por exemplo de não entrarem em casa com sapatos, a disposição da casa em si, etc.

**C:** Sim a cama deles, por exemplo é um futon.

**N: Como é que defines a tua identidade cultural? Associaste só a uma ou a mais?**

Como para ti a galinha com amêndoas é um prato que defines como sendo característico da tua infância, logo traz-te nostalgia, ou seja, faz parte da tua identidade como pessoas porque é algo que te remete há infância.

**C:** Eu acho que sempre fui mais ligada há cultura asiática do que a outra coisa, sempre me identifiquei mais com essa. Obviamente que me identifico com a minha cultura, mas acho que como sempre fui mais ligada a culturas externas do que propriamente à cultura interna, sempre procurei saber mais dessas culturas.

**N:** Porquê?

**C:** Acho que sempre foi uma hiperfixação minha, quando era mais nova tive pelos One Direction e a cultura inglesa e agora está a voltar há ásia, também graças ao facto de gostar imenso dos BTS. Coreia e Japão identifiquei-me com muitas coisas e outras não, se calhar vivia no Japão, mas na Coreia nunca, até porque a Coreia tem vários pontos negativos, tal como a justiça e o facto de tratarem as mulheres abaixo de cão. Acho que é um misto, há coisas que me identifiquei com eles, outras que não me identifiquei.

**N: Tens proximidade com pessoas japonesas ou asiáticas?**

C: Só amigo do meu namorado, mas não sou muito próxima. Eu conheci o quando eram bastante amigos, mas sempre se deram bem e foi tão integrado que penso que não existiu choque cultural.

**N: Costumas ir a Festivais Interculturais?**

C: Fui há Festa da coreia, fui 2 anos, fui ao Iberanime, que já vou há 3 anos, incluindo este fui também há festa do japonês

**N: O que te atrai?**

C: Eu adoro ir lá, remete-me há infância e é super bom ir lá e ver estas personagens em cosplay ou terem figuras que representam. Eu faço questão de ir todos os anos e eu gosto da cultura e eu gosto de estar lá. Talvez para quem não gosta de anime não compreenda, mas é uma comunidade onde é um espaço em que estamos todos ali para o mesmo, onde toda a gente acolhe-te, onde não és esquisito, estás ali como se fosses irmãs, no sentido em que compreendem o teu gosto. É uma comunidade, é fofo é querido, eu gosto imenso de ir lá. Eu também criei amizades, graças aos BTS, e vamos experimentar, por exemplo bubble tea e vamos a eventos do BTS e irmos depois a restaurante, por exemplo, coreanos e ir a karaokes. Agora nós estamos a pensar ir para uma K-pop night tipo só nós, porque agora existem vários eventos de K-pop em Portugal. Um deles são as K-pop nights que são feitas aqui em Lisboa. Em que é basicamente, alugam o espaço e fazem daquilo uma discoteca de K-pop Onde passam a noite inteira só K-pop E vai imenso a gente, aquilo acaba sempre por estar escutado E agora também, tipo, estão a vir mais grupos para a Europa Estão a aparecer mais nos cinemas alguns tipos de documentários, alguns concertos Por exemplo, o último que houve foi dos Blackpink Agora vai haver um dos Seventeen Depois vamos ter o documentário do JK Ou seja, tudo isto é muito mais fácil.

**N: Tu enturmas-te com alguém em que sabes que a pessoa gosta disso.**

C: Por exemplo, só o facto de eu andar com fotocard. É fofo porque eu fiz uma amiga só com fotocard. Tipo, a rapariga veio e disse "ah gosto de ver a tua foto no autocarro" e eu tipo "aí que fofo" e nós viemos no mesmo autocarro e virámos amigas assim. Tipo, encontramos no autocarro e fomos a falar no autocarro. Tipo, ou seja, é fofo, é querida, é tipo a pessoa está contigo e consegue te identificar. Tipo "ah ok, esta pessoa gosta dos

BTS, esta pessoa coisa". Ou seja, é fofa, é uma relação que eu gosto de ter com as arminhas.

**N:** Pronto e é isso, acho que não tenho mais nenhuma pergunta. Já me deste muita informação.

**C:** Okok

**N:** Muito obrigada!