

## O PAPEL DA DOÇARIA CONVENTUAL NA PROMOÇÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS

Cláudia Pires da Silva<sup>1</sup>

João Tomaz Simões<sup>2</sup>

Marta Dionísio<sup>3</sup>

Paula Almeida<sup>4</sup>

Célio Gonçalo Marques<sup>5</sup>

### Resumo:

Este estudo releva a importância da doçaria conventual na promoção turística através de uma revisão bibliométrica e uma análise de conteúdo, adotando uma metodologia qualitativa para explorar a relevância histórica e cultural destas práticas culinárias. A investigação foca-se em como é que a doçaria conventual pode ser utilizada para valorizar e atrair turistas aos locais onde é produzida. A análise revela que, além de ser um elemento crucial do património gastronómico, a doçaria conventual serve como um pilar narrativo essencial nas estratégias de marketing turístico, proporcionando uma experiência cultural profunda que vai além do paladar e toca o imaginário dos visitantes. Este trabalho contribui para o entendimento sobre de que forma é que a culinária tradicional pode ser integrada de forma eficaz nas práticas de marketing turístico, enfatizando a necessidade de preservar e promover a doçaria conventual não apenas como um legado gastronómico, mas também como um importante ativo turístico.

**Palavras-Chave:** Doçaria Conventual; Promoção Turística; Património Gastronómico; Identidade Cultural; Marketing Turístico

---

<sup>1</sup> TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar. claudia.silva@ipt.pt

<sup>2</sup> TECHN&ART – Polytechnic Institute of Tomar; Ui&D-ISLA. jpsimoes@ipt.pt

<sup>3</sup> TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes; Instituto Politécnico de Tomar. marta.dionisio@ipt.pt

<sup>4</sup> TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes; Instituto Politécnico de Tomar. paula.almeida@ipt.pt

<sup>5</sup> TECHN&ART - Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes; Instituto Politécnico de Tomar. celiomarques@ipt.pt

## THE ROLE OF CONVENTUAL SWEETS IN PROMOTING TOURIST DESTINATIONS

### **Abstract:**

This study highlights the importance of conventual sweets in tourism promotion through a bibliometric review and content analysis, adopting a qualitative methodology to explore the historical and cultural relevance of these culinary practices. The research focuses on how conventual sweets can be used to enhance and attract tourists to the places where they are produced. The analysis reveals that, in addition to being a crucial element of the gastronomic heritage, conventual sweets serve as an essential narrative pillar in tourism marketing strategies, providing a deep cultural experience that transcends taste and touches the imagination of visitors. This work contributes to the understanding of how traditional cuisine can be effectively integrated into tourism marketing practices, emphasizing the need to preserve and promote conventual sweets not only as a gastronomic legacy but also as a valuable tourism asset.

**Keywords:** Conventual Sweets; Tourism Promotion; Gastronomic Heritage; Cultural Identity; Tourism Marketing

### **1. INTRODUÇÃO:**

Este estudo empreende a exploração do domínio da doçaria conventual, uma dimensão distintiva do património gastronómico, inserido no património histórico e cultural. Estas iguarias, que derivam de práticas monásticas ancestrais, ultrapassam a dimensão culinária, afirmando-se como emblemas de sabedoria, tradição e narrativas (Vinhas, 2019; Batista e Durão, 2011). No panorama turístico, a doçaria conventual ascende ao estatuto de embaixador cultural, apresentando um horizonte gastronómico que se integra com a identidade dos locais de origem (*idem*). Este estudo tem como objetivo olhar para estes elementos como um 'produto' e desvendar as suas particularidades, bem como a forma como poderão ser incorporados nas estratégias de marketing turístico, enriquecendo a atração de destinos, proporcionando experiências culturais imersivas (*idem*; Cunha, 2016). Este trabalho tem como objetivo investigar e descrever os atributos da doçaria conventual, com particular atenção à sua interligação com a promoção turística. Pretende-se examinar a história, as características, o significado cultural e o potencial turístico destas iguarias. Assim, o estudo pretende elucidar como a doçaria conventual pode ser percebida e utilizada como elemento crucial na dinamização do turismo, analisando a sua inserção e contributo para a experiência turística. A investigação orienta-se pela seguinte questão: como é que os atributos da doçaria conventual contribuem para a promoção e dinamização dos destinos turísticos? Esta questão orienta assim a análise, visando descobrir e apresentar as várias facetas da doçaria conventual no contexto do turismo, com particular enfoque na sua capacidade de acrescentar valor cultural e histórico aos destinos onde são produzidas e apreciadas. Para tal, iniciamos com uma análise bibliométrica e posteriormente de conteúdo.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

No centro da doçaria portuguesa, encontramos uma herança histórica e cultural que vai além das meras práticas culinárias enraizadas nas tradições e na identidade nacional. Este percurso gastronómico, que remonta ao século XV, está ligado à expansão da indústria açucareira, um marco que traçou uma nova era na confeção de doces em Portugal. Este período da história, eloquentemente descrito por Gomes (2020), simboliza a transformação da doçaria portuguesa, que evoluiu de uma fase primordial, com ingredientes como o queijo e o leite, para uma fase mais sofisticada, marcada pelo surgimento da doçaria de ovos.

A influência da nobreza neste período foi inegável, com o açúcar a assumir um papel central, não só pelo seu sabor, mas também pelas suas propriedades estéticas. Este ingrediente tornou-se um símbolo de *status* e requinte, refletido nas tendências culinárias da época.

A doçaria conventual, capítulo crucial na história da gastronomia portuguesa, foi documentada por Cunha (2016). Desenvolvida nos recintos sagrados dos conventos e mosteiros, esta arte culinária distingue-se pelo uso intensivo de açúcar e gemas de ovo. O século XV foi decisivo neste desenvolvimento, coincidindo com a chegada do açúcar do Brasil e a emergente indústria da cana-de-açúcar na Madeira. As mulheres da nobreza, muitas vezes acompanhadas pelas suas criadas, refugiaram-se nos conventos, tornando-se artesãs e divulgadoras destas receitas inovadoras.

Esta tradição, como aponta Algranti (2016), não era apenas uma necessidade económica, mas uma profunda expressão cultural, especialmente nos conventos femininos durante a Idade Moderna. Exemplos desta arte, como os Ovos Moles de Aveiro, destacam-se pela sua diversidade e criatividade, refletindo as complexidades da sua própria identidade cultural.

Esta doçaria portuguesa, património gastronómico de imenso valor, é não só o resultado de uma evolução culinária que como já se referiu remonta ao século XV com a introdução do açúcar do Brasil, mas também da produção de cana-de-açúcar na ilha da Madeira, onde surgiu a disponibilidade de um novo ingrediente barato e abundante. Esta evolução, aliada à produção extensiva de ovos em Portugal – que, entre os séculos XVIII e XIX, foi o maior produtor de ovos da Europa – criou as condições perfeitas para o desenvolvimento da doçaria conventual, acompanhando não só as tendências da nobreza, mas também as mudanças socioeconómicas e culturais do país.

Conventos e mosteiros, munidos de tempo, recursos e ingredientes, melhoraram as receitas para fazer um uso mais eficiente destes produtos, criando uma enorme variedade de doces ricos em açúcar, gemas de ovo e nozes. O adoçante de eleição até ao século XV era o mel local, mas a popularização do açúcar abriu novas possibilidades culinárias. A variedade de doces denominados conventuais ultrapassa os 150 tipos diferentes, devido, em grande parte, ao domínio do chamado ponto de açúcar. Este processo envolve cozinhar o açúcar a diferentes temperaturas para criar texturas variadas, resultando numa vasta gama de sobremesas, cada uma com o seu próprio aspeto e sabor distintos. À medida que os navegadores portugueses estabeleceram novos pontos de comércio em todo o mundo, o açúcar das antigas colónias em África e nas Américas chegou a Portugal, influenciando ainda mais o repertório de doçaria conventual.

No século XVI, o desenvolvimento de receitas doces em conventos e mosteiros tornou-se moda, e as receitas começaram a ser associadas a determinadas instituições e regiões. Cada local acrescentou ingredientes regionais aos doces, diferenciando-os e criando fortes identidades locais. Exemplos disso são o Morgado, no Algarve, inspirado nas amêndoas e figos

secos, e os pastéis de feijão perto de Lisboa. Degustar doçaria conventual é, por isso, saborear a história portuguesa. Estas receitas são centenárias e estão intimamente ligadas às suas regiões de origem. Alguns, como o pastel de nata, tornaram-se populares mesmo fora de Portugal.

Muitas destas especialidades são mais apreciadas nas suas regiões de origem, onde cada zona e cidade é sinónimo de certos doces. Com a extinção das ordens religiosas no século XIX, muitas receitas secretas saíram de conventos e mosteiros e foram vendidas a pasteleiros locais. Algumas ex-freiras e monges começaram a trabalhar em pastelarias, popularizando ainda mais estes doces conventuais (Gomes, 2022). Hoje estas receitas conventuais são passadas de geração em geração, tanto entre profissionais como em famílias, embora algumas sejam tão complexas que são deixadas apenas para especialistas. Estes doces, essencialmente reservados a ocasiões especiais, continuam a ser uma parte importante da gastronomia e cultura portuguesas (Lusa, 2023).

No panorama atual, especialmente no contexto do turismo, estas delícias transcendem a condição de meras atrações turísticas. Representam a sinergia entre tradição e inovação na cozinha portuguesa, uma fusão que não só atrai visitantes internacionais, como cimenta a sua reputação global (Cunha, 2016; Guia Michelin, 2023).

Estes produtos, portanto, são embaixadores da cultura portuguesa, trazendo consigo a riqueza histórica e inventiva culinária que define Portugal. Em Vila do Conde, por exemplo, é evidente a tradição secular da doçaria conventual. Os Mosteiros de Santa Clara ou Vairão foram grandes promotores destas tradições, destacando-se o Convento de Santa Clara na arte da doçaria, produzindo especialidades como os Beijos de Naira e os Melindres de Vila do Conde. A doçaria conventual, como o Pastel de Tentúgal e os Ovos Moles, tem potencial para se tornar ainda mais popular e conhecida fora de Portugal, mas isso exige uma adequada divulgação e investimento na produção de receitas autênticas. O Pastel de Nata, por exemplo, é um famoso doce conventual que se tornou uma instituição nacional e é apreciado por moradores e turistas.

A Exposição Internacional de Doçaria e Licores Conventuais, em Alcobaça, é um exemplo claro da forma como a doçaria conventual pode ser um atrativo turístico. Iniciada em 1999, esta mostra tornou-se num grande festival de doçaria e licores conventuais, atraindo participantes de Portugal e de outros países, e realiza-se anualmente no Mosteiro de Santa Maria de Alcobaça, Património da Humanidade.

### **3. METODOLOGIA:**

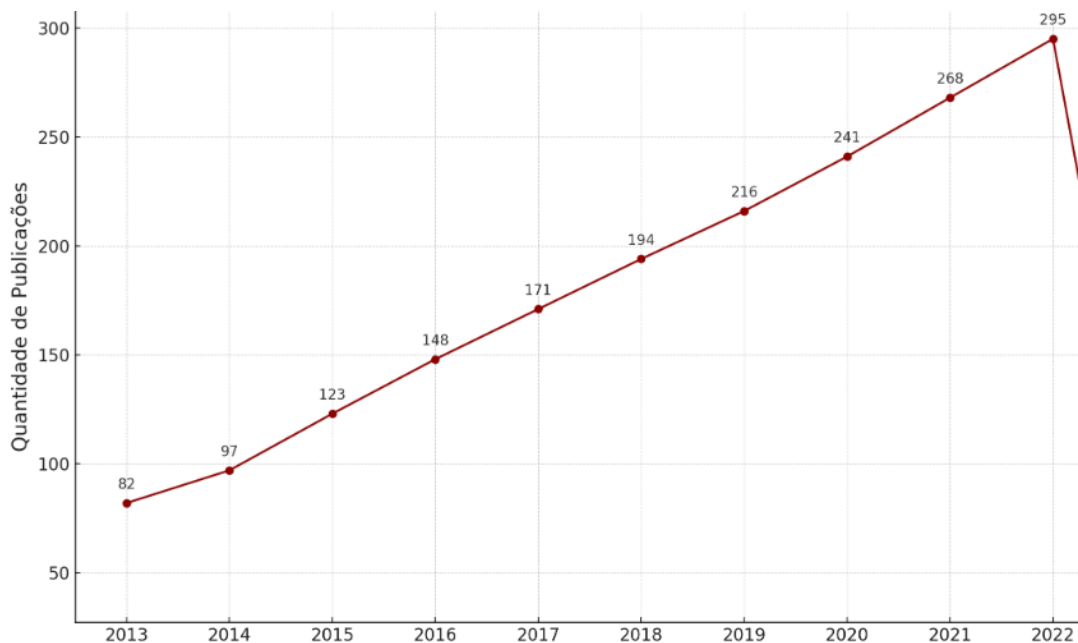
A presente investigação adotou uma abordagem qualitativa e exploratória, apropriada para o estudo aprofundado dos aspetos culturais e históricos da doçaria conventual no contexto da promoção turística. A natureza qualitativa permite uma análise detalhada das narrativas, práticas e significados intrínsecos à doçaria conventual, abordando a complexidade destes elementos como vetores de atração turística. Esta abordagem é essencial para compreender as perceções, experiências e valores que os *stakeholders* associam à doçaria conventual nas estratégias de marketing turístico. Da mesma forma, foi realizada uma revisão bibliométrica e análise de conteúdo para quantificar e qualificar a produção científica e material relacionado com o tema. Para a revisão bibliométrica, estabeleceram-se critérios de inclusão e exclusão para selecionar fontes relevantes, concentrando a pesquisa em bases de dados académicas, bibliotecas digitais e repositórios institucionais. As palavras-chave utilizadas incluíram ‘doçaria conventual’, ‘património gastronómico’, ‘identidade cultural’ e ‘promoção turística’. A seleção da literatura baseou-se na relevância, mérito académico e contribuição para o tema em estudo.

A análise de conteúdo foi aplicada aos artigos selecionados para identificar temas emergentes, tendências e lacunas na literatura, proporcionando uma compreensão mais profunda das dimensões abordadas e as suas implicações para o desenvolvimento turístico.

#### 4. RESULTADOS:

A análise bibliométrica da literatura sobre doçaria conventual revela um aumento do número de publicações ao longo dos últimos anos, demonstrando um crescente interesse académico e profissional no seu estudo e promoção turística. A trajetória ascendente, apresentada na figura 1, evidencia um salto de 82 publicações em 2013 para 295 em 2022, indicando um reconhecimento do valor cultural e gastronómico da doçaria conventual e do seu potencial como vetor de desenvolvimento turístico (figura 1). Esta dinâmica reflete uma evolução na valorização das práticas culinárias tradicionais e na sua capacidade de atrair turistas, contribuindo para uma narrativa mais rica do património português. Os dados mais recentes relativos a 2023, embora preliminares, prometem dar continuidade a esta tendência ascendente, considerando que não incluem artigos ou obras que se encontram atualmente em processo de publicação e que poderão reforçar ainda mais o *corpus* da literatura existente sobre o tema.

**Figura 1.** Evolução do Número de Publicações por Ano

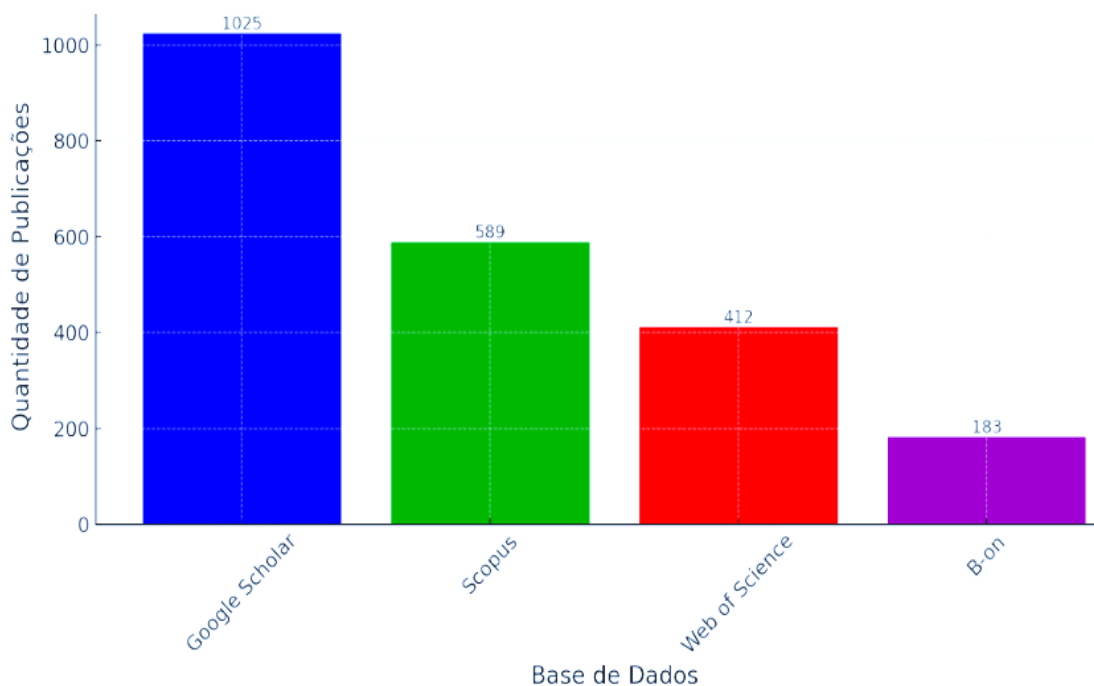


Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados da análise bibliométrica sublinham a disparidade nas publicações referentes à 'Doçaria Conventual e Turismo' entre diferentes bases de dados académicas, ilustrando a variedade e amplitude da investigação conduzida nesta temática (figura 2). O Google Scholar emerge como a base preponderante com 1025 publicações, o que pode ser reflexo da sua maior inclusividade e abrangência na indexação de literatura diversificada. A Scopus, com 589 referências, e a Web of Science, com 412, seguem-se na contagem, representando bases de dados com critérios de seleção e indexação mais restritos, mas com elevado reconhecimento académico. Por fim, a base B-on, oferecendo 183 publicações, evidencia a importância e o

reconhecimento do tema no contexto lusófono. Estes números evidenciam o crescente interesse e o reconhecimento do valor intrínseco da doçaria conventual como elemento de atração turística, mas também apontam para a relevância de se conduzir investigações que dialoguem entre o património cultural imaterial e a sua valoração no sector turístico.

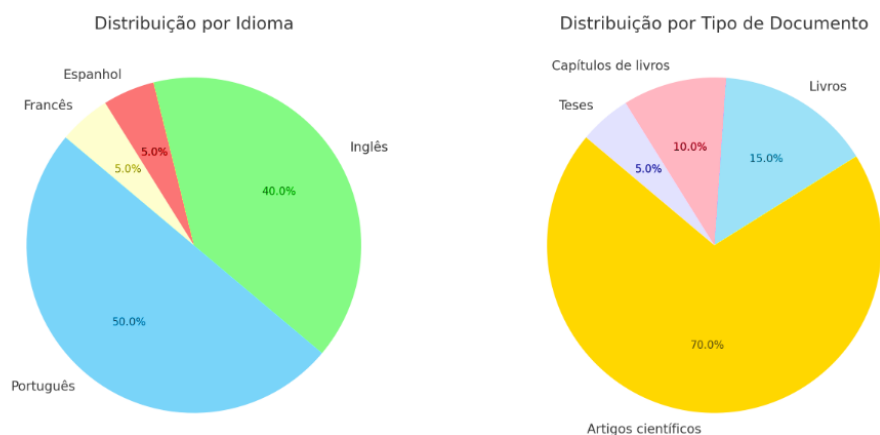
**Figura 2.** Publicações por Base de Dados



Fonte: Elaborado pelos autores

No que concerne à distribuição linguística das publicações, constata-se que o português e o inglês são preponderantes, correspondendo a 50% e 40% respetivamente, demonstrando a relevância internacional da temática e a sua inserção nos contextos lusófonos (figura 3). O espanhol e o francês, embora representem uma parcela menor, com 5% cada um, não deixam de ser significativos, refletindo o diversificado interesse pela doçaria conventual e a sua relação com o turismo nestes contextos linguísticos. Relativamente ao tipo de documento, observa-se uma clara predominância de artigos científicos, que constituem 70% do total, sublinhando a relevância da pesquisa académica e da sua comunicação em jornais/revistas especializadas como caminho para o avanço do conhecimento no campo. Livros (15%), capítulos de livros (10%) e teses (5%) completam o panorama editorial, revelando uma distribuição que enfatiza o peso da investigação científica em detrimento de compêndios mais extensos ou projetos de investigação académica de longa duração

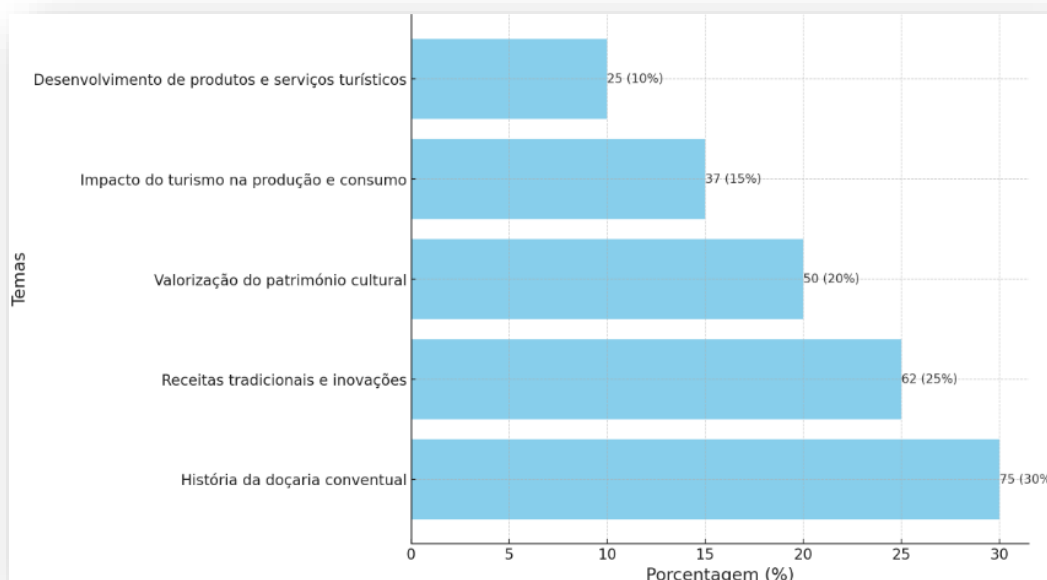
**Figura 3.** Distribuição por idioma e por Tipo de Documento



Fonte: Elaborado pelos autores

A bibliometria dos temas associados à doçaria conventual e turismo desvela um leque de investigações enfocando principalmente a 'História da doçaria conventual', que constitui o núcleo de 30% das publicações. Este interesse académico reflete a procura pela compreensão das origens, evolução e o impacto dos conventos na difusão de doces, assim como o valor das receitas tradicionais e ingredientes utilizados na cultura portuguesa. Com 25%, as 'Receitas tradicionais e inovações' surgem como o segundo tema mais prevalente, sublinhando a pertinência da descrição e adaptação das receitas conventuais para o público contemporâneo, bem como a criação de novas receitas inspiradas em ingredientes tradicionais (figura 4).

**Figura 4.** Distribuição de Temas nas Publicações



Fonte: Elaborado pelos autores



A 'Valorização do património cultural' sobressai em 20% das publicações, indicando um foco na importância da doçaria conventual como património cultural e na sua promoção como elemento de identidade cultural. O 'Impacto do turismo na produção e consumo' é tema de 15% dos estudos, examinando de que forma contribui o turismo gastronómico e cultural para o aumento da procura por doces conventuais e o respetivo impacto na produção e comercialização. Por fim, o 'Desenvolvimento de produtos e serviços turísticos', que inclui a criação de rotas turísticas e concepção de eventos temáticos, abarca 10% da literatura, evidenciando as tendências inovadoras na concretização de experiências turísticas enriquecedoras ancoradas na herança gastronómica conventual.

A análise de conteúdo dos trabalhos académicos centrados na doçaria conventual evidencia estratégias multifacetadas que sublinham a necessidade de valorizar a experiência autêntica e cultural deste património gastronómico. Primeiramente, identifica-se a urgência em enaltecer a história, tradição e o significado cultural da doçaria conventual como elementos distintivos na oferta turística. Através da implementação de experiências imersivas, que interligam os visitantes com o património cultural português, possibilita-se uma aproximação vivencial que catalisa a conexão emocional e cognitiva com a região visitada. A criação de roteiros turísticos que enredam conventos, museus e locais de produção, bem como a oferta de workshops e demonstrações práticas da confeção dos doces, são apontados como fundamentais para a dinamização turística e cultural.

Prosegue-se com a análise destacando a inovação no marketing digital. As plataformas digitais e redes sociais emergem como arenas privilegiadas para contar as histórias que se tecem atrás de cada receita, envolver o público e partilhar a herança dos doces conventuais. As campanhas de marketing digital tornam-se instrumentos estratégicos, apelando a públicos segmentados como gastrónomos e turistas culturais, e empregando técnicas de *storytelling* para enfatizar a autenticidade e singularidade da experiência gastronómica portuguesa. No panorama dos eventos temáticos, a realização de festivais e feiras, assim como a promoção de workshops sobre doçaria conventual, são elencados como meios para reforçar a marca do destino turístico. A presença de *chefs* e especialistas que partilham o seu saber através de palestras e demonstrações enriquece o repertório de atividades disponíveis, enquanto concursos de confeção servem para estimular a inovação e manutenção da excelência culinária.

Ressalta-se a importância das rotas de turismo cultural, que integram as diversas regiões produtoras de doçaria conventual, oferecendo um itinerário que celebra tanto a diversidade como a unidade da cultura gastronómica portuguesa. A celebração de parcerias com hotéis, restaurantes e outros agentes turísticos, e o desenvolvimento de pacotes turísticos que combinam visitas a conventos, degustações e outras atividades, surgem como estratégias cruciais para a sustentabilidade e revitalização contínua deste segmento turístico.

No campo do marketing digital, a promoção da doçaria conventual assume uma nova dimensão. As plataformas digitais e as redes sociais são utilizadas não só para mostrar produtos, mas também para narrar as suas histórias, partilhar receitas e tradições e envolver o público numa narrativa cativante que transcende fronteiras. Essa abordagem, que utiliza o *storytelling*, cria uma conexão emocional com o público, destacando a autenticidade e singularidade da experiência proporcionada por esses doces (Akira, 2023).

Eventos temáticos, como festivais e feiras de pastelaria conventual, oferecem experiências culturais únicas. Estes eventos permitem aos visitantes provar os doces, participar em workshops, conhecer os mestres pasteleiros e aprender sobre o contexto histórico e cultural da



sua criação. Estas experiências, ancoradas na tradição e apresentadas de forma moderna e acessível, aumentam o interesse pela doçaria conventual, atraindo um público variado, desde gastrónomos a entusiastas da cultura portuguesa (Sant da Silva, 2018).

A promoção turística através da doçaria conventual está alinhada com as tendências atuais do turismo gastronómico, que privilegia a autenticidade e a experiência local. O turismo gastronómico, ao contrário do turismo tradicional, procura proporcionar uma experiência mais imersiva e autêntica, onde a comida é um veículo para explorar a cultura e a história de um lugar. Neste contexto, a doçaria conventual apresenta-se como uma janela para a alma portuguesa, oferecendo uma forma única de experimentar a essência do país através do sabor (de Sousa & Silveira-Martins, 2018).

## **5. DISCUSSÃO E LIMITAÇÕES:**

### *Interpretação dos Resultados*

A análise da promoção da doçaria conventual em Portugal elucida a relevância destas especialidades gastronómicas, não só como expressão da tradição secular, mas também como elemento distintivo no panorama turístico. Estes doces, enraizados em séculos de tradição e permeados por narrativas de devoção e perícia culinária, surgem como testemunhos do fantástico património cultural de Portugal. Destaca-se a autenticidade e excelência destas iguarias, como comprovam chefs de renome, sublinhando o seu papel crucial no panorama gastronómico (Guia Michelin, 2023).

### *Implicações para o Turismo*

Ao considerar a promoção turística da doçaria conventual, deparamo-nos com uma oportunidade única de destacar a singularidade da gastronomia portuguesa. Por exemplo, o "Pastel de Nata", uma iguaria de fama internacional, demonstra como um doce conventual pode ser um polo de atração tanto para residentes como para turistas, enriquecendo a experiência gastronómica e turística. A integração destes doces nas estratégias de marketing turístico tem o potencial de elevar o reconhecimento global de outras iguarias portuguesas, fomentando assim um turismo gastronómico mais diversificado e atrativo (Guia Michelin, 2023).

### *Limitações do Estudo*

A metodologia adotada neste estudo apresenta algumas limitações. O foco em fontes digitais e a visão dos chefs podem não abranger totalmente as experiências dos turistas em relação aos doces conventuais. A dinâmica em constante mudança das estratégias de marketing digital e promoção turística exige uma adaptação contínua das abordagens utilizadas. Uma análise quantitativa aprofundada do impacto destes doces no turismo poderia oferecer uma perspetiva mais pormenorizada do seu contributo económico. O levantamento não investiga em detalhes o impacto da pandemia de COVID-19 no turismo gastronómico, elemento que tem sido decisivo no setor recentemente.

## **6. CONCLUSÃO:**

O presente estudo revelou a complexidade temática da doçaria conventual, que se estabelece como uma faceta inestimável da heterogénea paisagem gastronómica e turística de Portugal. A sua valorização, arraigada em ancestrais tradições e simultaneamente reavivada por inovações contemporâneas, ecoa não somente a autenticidade culinária, mas igualmente uma contínua senda de excelência e inovação na arte culinária. A integração destas especialidades nas

estratégias de marketing turístico destaca-se como uma singular oportunidade para evidenciar a distinção da culinária portuguesa, capturando a atenção de um espectro diversificado de público e ampliando o reconhecimento internacional de Portugal como um destino gastronómico preeminente. Contudo, o estudo denota lacunas críticas que convocam a necessidade de investigações futuras mais abrangentes. Há um apelo para estudos comparativos entre diferentes regiões de Portugal, que não somente delineiem a produção e consumo mas também distingam peculiaridades regionais. É imperativo quantificar o impacto económico que a doçaria conventual tem sobre as comunidades locais, assim como avaliar o influxo do turismo na produção, emprego e receita. Igualmente, urge a necessidade de desenvolver novos produtos e serviços turísticos que atendam às expectativas e experiências dos turistas.

A promoção da doçaria conventual no turismo não só beneficia o setor do turismo, como contribui para a preservação do património cultural e gastronómico português. Através destas estratégias de marketing e promoção turística, a doçaria conventual é salvaguardada como elemento vital da identidade cultural portuguesa, assegurando a sua perpetuação para as gerações futuras e mantendo viva a tradição numa era globalizada (Sant da Silva, 2018).

A gastronomia conventual portuguesa, ilustrada pelo Pastel de Nata, é uma manifestação histórica no cruzamento entre cultura, história e turismo. Esta intersecção é importante para compreender a evolução do turismo cultural em Portugal, onde a gastronomia desempenha um papel crucial na definição da identidade cultural de uma região (Sarmiento, 2020). O património cultural, reconhecido e protegido por organizações como a UNESCO, é cada vez mais visto como uma representação sólida das identidades locais, contribuindo para a promoção da diversidade e do respeito mútuo num contexto globalizado (OMT, 2020).

A doçaria conventual, como parte integrante do património cultural português, oferece uma oportunidade única para desenvolver rotas de turismo cultural. Estes percursos, ao destacarem o património culinário, envolvem também as comunidades locais na proteção e promoção do seu património, promovendo o turismo sustentável e impactando positivamente o crescimento económico, a redução da pobreza e a proteção ambiental (Sarmiento, 2020).

A adoção de tecnologias inovadoras nas estratégias de marketing para promover a doçaria conventual como emblemas culturais é um passo fundamental. Usar plataformas digitais para contar as histórias por detrás desses doces, compartilhar receitas tradicionais e envolver o público em narrativas envolventes amplia seu alcance. Esta estratégia de marketing digital, alinhada com o *storytelling*, cria uma ligação emocional com o público e destaca a autenticidade da experiência gastronómica portuguesa (Sarmiento, 2020).

Eventos como festivais e feiras temáticas centradas na doçaria conventual proporcionam uma experiência imersiva aos visitantes. Estes eventos permitem não só a degustação, mas também a participação em atividades educativas e culturais. A interação entre turistas e comunidades locais nestes eventos reforça a compreensão mútua e a valorização da cultura portuguesa, promovendo um turismo responsável e sustentável (OMT, 2020).

No horizonte da promoção turística, advoga-se por uma integração reforçada de tais iguarias em iniciativas de marketing digital e em eventos gastronómicos de renome internacional, mantendo um equilíbrio sensível entre a preservação da tradição e a vanguarda da inovação. Paralelamente, é crucial ponderar o impacto ambiental e a sustentabilidade na produção e promoção desses doces, assegurando que as práticas vigentes sejam sustentáveis e proveitosas para as comunidades locais e para o meio ambiente. Tais diretrizes não apenas fomentarão uma

apreciação renovada pela doçaria conventual, mas também contribuirão para o engrandecimento sustentável do turismo cultural em Portugal

## REFERÊNCIAS:

- Akira, T. O poder do storytelling no turismo. Uai Turismo. Disponível em: <https://turismo.uai.com.br/colunistas/marketing-e-turismo/o-poder-do-storytelling-no-turismo> (acesso em 01 de dezembro de 2023).
- Algranti, L. M. (2016). Doces de ovos, doces de freiras: a doçaria dos conventos portugueses no Livro de Receitas da irmã Maria Leocádia do Monte do Carmo (1729). *Cadernos Pagu*, (17-18), 397–408.
- Cunha, S. I. T. G. do A. (2016). O pastel de Tentúgal e a Confraria da Doçaria Conventual de Tentúgal: contributos para o estudo do turismo de culinária em Portugal. Repositório Comum. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/> (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- ESHTE. (s.d.). Conventual ou não conventual. Disponível em: <https://www.eshte.pt/pt/newsletter/doces-conventuais/> (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- Guia Michelin. Delícias divinas: os segredos e sabores dos Doces Conventuais na visão de dois Chefs portugueses. Disponível em: [https://guide.michelin.com/pt/pt\\_PT/article/features/delicias-divinas-os-segredos-e-sabores-dos-doces-conventuais-na-visao-de-dois-chefs-portugueses](https://guide.michelin.com/pt/pt_PT/article/features/delicias-divinas-os-segredos-e-sabores-dos-doces-conventuais-na-visao-de-dois-chefs-portugueses) (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- Gomes, J. P. (2020). A construção do saber culinário moderno português. Influências, transmissão e inovação nos receituários nacionais (séculos XVI a XVIII). In *Mesa dos Sentidos & Sentidos da Mesa* (pp. 413-446).
- Gomes, J. P. (2022). A doçaria portuguesa - Origens de um património alimentar. Universidade de Coimbra.
- INE. [www.ine.es](http://www.ine.es) (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- Lusa. Arte da Cozinha. RTP. Disponível em: [www.rtp.pt/noticias/cultura/a-ideia-de-docaria-conventual-e-um-mito-construido-diz-investigador\\_n1471160](http://www.rtp.pt/noticias/cultura/a-ideia-de-docaria-conventual-e-um-mito-construido-diz-investigador_n1471160) (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- Sant, A. L., & da Silva, D. B. (2018). Eventos Gastronômicos: a nova estratégia de marketing e divulgação utilizada pelos restaurantes. *ID on line. Revista de Psicologia*, 12(42), 501-514.
- Santos, J. T., dos Santos, P. S. L. G., & Guerreiro, M. (2016). O contributo da experiência gastronómica para o enriquecimento da experiência turística. *Turismo: Visão e Ação*, 18(3), 498-527.
- Sarmiento, C., & Pascoal, S. C. (Eds.). (2020). *Cultural Tourism and Heritage in Northern Portugal*. Cambridge Scholars Publishing.
- Taste Of Lisboa Food Tours. O Mundo Dos Doces Conventuais Portugueses. Disponível em: <https://www.tasteoflisboa.com/blog/the-world-of-portuguese-conventual-sweets> (acesso em 18 de dezembro de 2023).
- UNWTO. Global Code of Ethics for Tourism. Disponível em: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (acesso em 01 de dezembro de 2023).
- Vinhas, A. R. D. S. B. S. (2019). A doçaria conventual vila-condense (Tese de doutoramento). Universidade de Vila do Conde.
- VortexMag. Doces conventuais portugueses: origem, história e os melhores para provar. Disponível em: <https://www.vortexmag.net/doces-conventuais-portugueses-origem-historia-e-os-melhores-para-provar/> (acesso em 18 de dezembro de 2023).