

## Moinhos portugueses: história cultural, economia e turismo criativo

DOI: 10.2436/20.8070.01.100

**Janaina Cardoso de Mello**

Doutora em História Social (UFRJ), Brasil.

Professora Adjunta DHI-UFS.

E-mail: janainamello@uol.com.br

**Resumo:** O artigo apresenta uma investigação sociocultural a partir da experiência contemporânea dos usos dos moinhos de pão portugueses como atrativos de um turismo e economia criativos que reforça os sentidos de sua história cultural. A incursão pelas biografias de moleiros, as atividades culturais nos moinhos realizadas em rede, os números do planejamento turístico em Portugal e uma reflexão sobre a objetificação da cultura na sociedade de consumo também integram o texto, trazendo uma compreensão das subjetividades que envolvem o turismo criativo. Mais do que o consumo da paisagem, da hospedagem e dos atrativos diversos, a troca de afetos entre turistas e residentes favorece a valorização da região. Por isso, essa pesquisa traz como proposta o fortalecimento da gestão de turismo criativo.

**Palavras-chave:** Moinho. Turismo Criativo. Economia.

### 1 INTRODUÇÃO

*Com quem tiver moinho a andar não te ponhas a soalhar!*  
Provérbio popular português Ramalho Ortigão (Carvalho, 2003)

Começamos com a moagem do trigo, as pás do moinho a girar, a peneira da farinha e finalmente a ocupação da cozinha. Uma boa tigela funda para sovar a farinha,  $\frac{1}{4}$  de água, com uma pitada de sal e fermento biológico. É muito importante fazer as dobras, deixar descansar sob a cobertura de um pano para ocorrer a fermentação da massa e assim que esta já estiver com seu tamanho dobrado leva-la ao forno de lenha para assar e perfumar a casa, enquanto bocas salivam e dedinhos de prosa são trocados.

Esse cotidiano do mundo rural português que há mais de quarenta anos enriquece a cultura do trabalho e do bem viver em comunidade está sendo ressignificado através do

turismo criativo e da economia criativa como forma de geração de renda e de preservação das tradições do patrimônio cultural material e imaterial. Como afirmou Matias (2013, p.20), “a emergência da sociedade baseada na imaterialidade como recurso social e econômico promoveu a introdução da criatividade em diversos domínios até se tornar na característica da vida moderna”.

Apesar de a economia criativa ter suas origens no trabalho cultural industrial (design, produção, decoração e representação) houve uma ampliação de sua influência com o desenvolvimento das tecnologias digitais. Mas o que difere a economia criativa da concepção clássica de economia, capital e mercado, é justamente a herança cultural, que, para além do valor de troca e funcionalidade, concentra seu olhar em bens e serviços com valor simbólico, significado, expressão e arte. Desse modo, “as ideias com valor expressivo (...) geram novos pontos de vista, prazeres, experiências; constroem conhecimentos, estimulam as emoções e enriquecem nossas vidas” (HUTTON *apud* NEWBIGIN, 2010, p.14).

O viés do turismo cultural, buscando acesso a lugares históricos, museus e sítios arqueológicos tem movimentado uma parte significativa do turismo de massa em países europeus, como Itália, Alemanha, França, Espanha e Portugal. Assim,

O turismo cultural tem vindo a ganhar importância e é um dos produtos turísticos que mais se tem evidenciado a nível global. Há cerca de 15 anos já apresentava um crescimento médio anual na ordem dos 15% e, como exemplo, 50% dos americanos consideravam que a cultura e a história eram os fatores mais importantes na escolha de um destino a visitar (NASCIMENTO; MARQUES; ALCÂNTARA; 2017, p.52).

Todavia, se o capital social e cultural incide sobre a atmosfera criativa ampliando o potencial de sustentabilidade e competitividade do desenvolvimento local, movimentando os mercados de trabalho relacionados e fazendo emanar novas interações a partir do desenvolvimento de redes comunitárias e solidárias, torna-se necessário refletir sobre questões como a “objetificação da cultura” e a descaracterização de antigas tradições para moldá-las aos interesses dos visitantes, permitindo assim que externalidades impactem a própria concepção de “patrimônio cultural”. Também a questão da sustentabilidade é posta em xeque, uma vez cabe pensar a capacidade de carga, uma vez que efeitos danosos ao meio ambiente podem ser o lado B desse “impulso criativo”.

Tendo esses princípios como norteadores, esse artigo parte de uma investigação sociocultural a partir da experiência contemporânea dos usos dos moinhos de pão como atrativos de um turismo criativo que reforça os sentidos de sua história cultural.

Analisou-se os dados quantitativos e qualitativos dos relatórios de sustentabilidade do turismo em Portugal, do Instituto Nacional de Estatística português para o segmento turístico, a documentação produzida pela *ADDICT* – Creative Industries Portugal, os planos de projeção de vinte anos do turismo em Portugal, além dos relatos dos familiares de moleiros do Oeste de Portugal e outras leituras teóricas que permitiram tecer o contexto do tema abordado.

## **2 PORTUGAL EM NÚMEROS TURÍSTICOS: DA INDÚSTRIA CULTURAL À ECONOMIA CRIATIVA**

Na primeira parte do século XX, o termo “indústria cultural”, pensado nos debates intelectuais da Escola de Frankfurt, pelos filósofos e sociólogos alemães como Adorno, Benjamin e Horkheimer, recebeu o olhar negativo da “massificação” de produtos

voltados para o mercado capitalista, retirando sua essência de “obra de arte”, do aspecto “sublime”. As definições correntes apontaram para o entendimento do conceito como um:

Processo de massificação do consumo de bens e serviços de índole cultural e de outros bens e serviços diferenciados por fatores de natureza intangível: penetração progressiva do consumo desses bens e serviços nas camadas e grupos sociais de menor poder de compra e/ou menor nível de habilitações (MATEUS, 2016, p.3).

No final da década de 1990, passou-se a considerar a cultura não apenas no ambiente do “consumismo vazio”, mas como produtora de um valor econômico, de comunicação de um conhecimento, para além do simbólico, articulando criatividade e sustentabilidade. Sob essa premissa ocorre a emergência do termo “indústrias criativas”, no plural, uma vez que se tratam de distintos segmentos, produtos e produtores.

A designação “indústrias criativas” nasceu do reconhecimento de que a cultura e a criatividade se tinham tornado fatores competitivos estratégicos para quase todas as atividades econômicas de bens e serviços, em especial nos mercados de consumo final mais dinâmicos. Nasceu, ainda, a partir da afirmação das cidades terciarizadas como espaços privilegiados de criação de riqueza, colocando o acento tônico na formação dos ambientes, dos serviços, das competências e dos talentos mais necessários ou favoráveis à “criatividade” (MATEUS, 2016, p.3).

Nos países com uma economia estável e melhor desenvolvida, as indústrias criativas possuem um alto potencial de crescimento, pois representam o alcance aos rendimentos no mercado mundial. Da criatividade emergem novas tecnologias, novas indústrias, novo comércio, novas riquezas. E ao mesmo tempo “[...] as indústrias criativas têm um grande significado social na preservação das identidades das comunidades” (GAVRIC; KRSTIC, 2017, p. 52).

O que temos acompanhado é uma mudança progressiva de “indústrias culturais” para “indústrias criativas” e agora para a “economia criativa”, sendo essa última um conceito ainda em construção.

A economia criativa articula uma dimensão setorial – um setor cultural e criativo que engloba um núcleo de atividades diretamente ligadas às artes e ao patrimônio, as indústrias culturais e um núcleo de atividades diretamente ligadas às funções e profissões de forte intensidade criativa - e uma dimensão transversal – o grau diferenciado de penetração das componentes culturais e criativas na generalidade das cadeias de concepção, produção e distribuição de bens e serviços independente do respetivo conteúdo e utilidade (MATEUS, 2016, p.3).

Ao tratar do tema da democracia e da cultura no Brasil contemporâneo, o pesquisador social, Antonio Albino Rubim (2017) chama a atenção para um contexto histórico em extrema mutação – não apenas na América, mas em todo o mundo – impactado pela globalização, as tecnologias digitais, o fortalecimento do capitalismo financeiro e do neoliberalismo que impõe a redução do Estado e dos direitos conformando novas sociabilidades, instituições e governanças socioeconômicas e políticas, instituindo grandes desafios para a democracia e a cultura, desse modo,

[...] a cultura adquire atualíssimas modalidades de produção, circulação e consumo; conteúdos e formatos inovadores; além de assumir transversalidades, com esferas da ciência, comunicação, economia, educação, política, tecnologia, turismo e outras áreas, por vezes inusitadas. A cultura associada a suas manifestações identitárias, às diversidades culturais e aos diálogos interculturais tensionam a

democracia, em busca de inauguradores direitos culturais, que lastreiam a cidadania cultural, nova dimensão do direito a ter direitos, conforme instigante concepção de cidadania. Em suma: cultura, direitos, cidadania, política e democracia estão imersos em abertas e profundas mutações (RUBIM, 2017, p.55-56).

O turismo cultural enquadra-se como um subsetor no domínio das indústrias culturais, - sendo que, desde 2010, com o lançamento dos estudos analíticos de referência sobre “O sector cultural e criativo em Portugal” encomendado pelo Ministério da Cultura, sob a coordenação de Augusto Mateus, existe uma procura progressiva por entender melhor esse ambiente. Em 2013 a Secretaria de Estado da Cultura divulgou “A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa” e em 2016, a Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas (ADDICT) lançou o material “Economia Criativa em Portugal”, sendo que as principais questões observadas nesse quadro de mudanças foram 1. as assimetrias setoriais, 2. o alargamento das plataformas de distribuição e consumo de produtos culturais (principalmente *online*) e 3. as alterações da procura e das formas de consumo (MATEUS, 2016, p.10).

Parte-se dos pressupostos de McKercher e Cros (*apud* NASCIMENTO; MARQUES; ALCÂNTARA; 2017, p.53), apontados na tabela 1, para os quais o turismo cultural desenvolve-se a partir de quatro elementos que devem ter compreensões distintas, mas interligadas.

**Quadro 1 – Turismo Cultural: elementos e compreensão**

Elementos	Compreensão
Turismo	A importância comercial do turismo deve ser reconhecida e ter em conta o esforço necessário à manutenção e gestão de um espaço. Este tipo de turismo pode influenciar pessoas e locais.
Patrimônio Cultural	É imperativo manter a identidade e o valor intrínseco de cada lugar de forma sustentável, tendo em conta que os visitantes, mas também as populações são utilizadores.
Experiências e Produtos	O turista cultural deseja consumir experiências.
Turista	A decisão de um destino pressupõe um levantamento de informações que vão criando uma expectativa no turista. Há que interagir com o potencial cliente antes da comercialização, esclarecendo, mas tentando também exceder essas expectativas.

Fonte: Adaptação de NASCIMENTO; MARQUES; ALCÂNTARA; 2017, p.53.

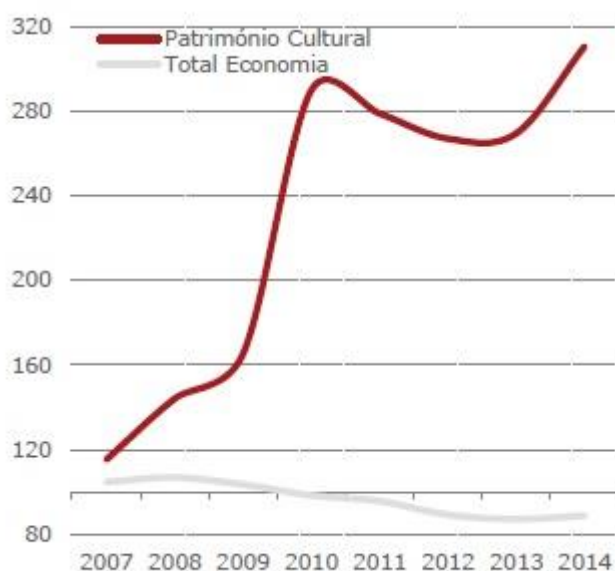
O que se tem percebido ainda, de modo qualitativo, é que a inovação não é preponderante para as indústrias culturais e/ou criativas, mas sim o modo como se apresenta de “forma inovadora” o produto para seu consumo. Sob esse aspecto, as tradições de povoados, os modos de vida rústicos, bem como o saber e o fazer das comunidades, - são ressignificados à luz do compartilhamento de sua experiência de produção com aqueles que vêm de fora e desejam consumir um momento que pode perdurar nas memórias por seu significado afetivo. Assim, lida-se com o campo das sensações, onde o produto ofertado é efêmero em sua ação, mas abriga-se na conformação subjetiva dos indivíduos de forma muito mais durável.

Em termos quantitativos, nos dados estatísticos, em 2012, o turismo cultural respondia por 0,3% do total da economia portuguesa e contribuía com a geração de 0,2% de empregos (MATEUS, 2016, p.12). Ressalta-se que 2008 foi um ano crítico para a

economia europeia, exercendo um forte impacto no mercado trabalho com o encerramento de várias empresas e postos laborais. Mas também houve uma reação significativa que impulsionou novos rumos, a emergência de novas atividades, novas contrações, sobretudo no segmento turístico, promovendo o ajustamento da empregabilidade.

O volume de negócios das empresas das atividades culturais e criativas foi de 4,4 mil milhões de euros em 2013 (INE, 2014). Já no que diz respeito ao património cultural, nota-se no gráfico 1, sobre o dinamismo do emprego, um crescimento exponencial do setor criativo deste de 2007 a 2014, em relação ao total da economia em Portugal. Essa elevação representou o retorno do investimento maciço no que o país realizou nos bens culturais com valor agregado que possuía (materiais e imateriais) direcionando-o para o turismo como vetor de economia criativa, principalmente após a crise econômica de 2008.

**Gráfico 1 – Dinamismo do emprego da economia criativa em Portugal**



Fonte: MATEUS, 2016, p.16.

Entre 2014 e 2015 o turismo receptivo computou um total de 61, 5%, contribuindo o turismo interno com 31, 5% (INE, 2017, p.2). Porta de entrada da Europa, ofertando um relativo baixo custo em relação aos demais países vizinhos, contendo patrimônios variados (materiais, imateriais, ambientais, etc.)<sup>1</sup>, a escolha de Portugal como um atrativo turístico interessante por residentes de outros países reforça o acerto nos investimentos governamentais, incentivo aos particulares efetivados em planejamentos coordenados entre distintos setores. Os números do turismo em Portugal para 2016 estimam que

<sup>1</sup> A exemplo do Castelo de São Jorge, do Palácio da Ajuda, do Palácio de Queluz, do Palácio de Mafra, do Palácio de Sintra, do Mosteiro dos Jerônimos, da Fundação Calouste Gulbenkian, da Casa dos Bicos, das festas de São João no Porto e de Santo Antônio em Lisboa, das receitas dos doces conventuais, a Floresta Laurissilva na Ilha da Madeira, o rio Douro, o Miradouro dos Balcões, Angra do Heroísmo, Mosteiro da Batalha, a paisagem da cultura da vinha da Ilha do Pico, o Mosteiro de Alcobaça, o Convento de Cristo, em Tomar, dentre outros.

[...] o VAB gerado pelo turismo tenha atingido 7,1% do VAB da economia nacional, aumentando cerca de 10% em termos nominais, sucedendo a um aumento de 7,1% em 2015. Recorde-se que em 2015 e 2016 o crescimento nominal do VAB na economia nacional foi, respetivamente, 3,6% e 2,7%. O consumo do turismo no território económico atingiu 12,5% do PIB, tendo aumentado 5,8% em 2016 e 5,9% em 2015. As exportações de turismo corresponderam, em média, a 18,4% do total das exportações nacionais em 2014 e 2015. No biénio 2014/2015 o emprego nas atividades características do turismo representou, em média, 9,1% do total do emprego nacional (INE, 2017, p.1).

Os dados apresentados no gráfico 2 com o índice de remuneração média nas atividades turísticas revelam que os cinco segmentos mais representativos na economia portuguesa são por ordem decrescente: 1. Serviços auxiliares aos transportes; 2. Transportes de passageiros; 3. Desporto, recreação e lazer; 4. Agências de viagens e 5. Atividades características do turismo. A lógica da necessidade do deslocamento, levando-se em consideração o turismo receptivo, apreende as duas primeiras posições. O desporto como carro-chefe de atividades de recreação e lazer é compreendido dentro da paixão portuguesa pelo futebol, investimento em estádios, museus dos clubes e circuitos turísticos correlatos. A própria figura pública do jogador português Cristiano Ronaldo, ganhador de bolas de ouro e as seguidas conquistas de títulos nacionais por clubes como Benfica e Porto, asseguram esse interesse e sua potencial geração de empregabilidade na área.

**Gráfico 2 – Índice de remuneração média nas atividades características do turismo (média 2014/2015)**



Fonte: INE, 2017, p.11

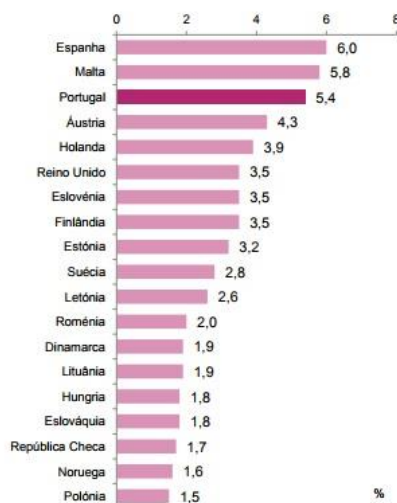
Ressalta-se ainda no gráfico 2, uma presença significativa dos serviços culturais (98,2%) indicando a importância da ocupação e respectiva remuneração nesse segmento tão múltiplo.

A questão do consumo turístico em Portugal pode ser mensurada de modo comparativo através dos dados dos relatórios bianuais de sustentabilidade. Assim, de 2006 até 2008, houve um salto de 15.149,1 para 17.512,5 na evolução do consumo (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2008, p.9). Já entre 2008 e 2010, verificou-se que apesar de uma oscilação em 2009, o ano de 2010 foi

profícuo apresentando como saldo da balança turística o total de 21,4% (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.14).

Já o gráfico 3 apresenta Portugal como o terceiro país mais bem posicionado no consumo do turismo na oferta de 19 países europeus. O território português só fica atrás da Espanha e de Malta, ficando à frente de grandes economias e potencialidades turísticas europeias como Áustria, Holanda e Reino Unido.

**Gráfico 3 - Peso (%) do consumo do turismo no território econômico na oferta interna em países da Europa**



Fonte: INE, 2017, p. 11

Tanto o gráfico 4, relativo ao peso do consumo do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) dos países europeus, quanto o gráfico 5, referente ao peso do Valor Acrescentado Bruto (VAB) gerado pelo turismo nos países europeus, mostram igualmente Portugal ocupando a segunda colocação. A explicação para esse desempenho deve-se ao “enriquecimento da oferta turística dos destinos com programas de eventos ao longo do ano; o enfoque em produtos turísticos menos sazonais; o apoio ao Turismo Social e a Política de acessibilidade às áreas” (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.26).

#### Gráficos 4 - Peso (%) do consumo do turismo no território económico no PIB em países da Europa

#### Gráfico 5 - Peso (%) do VAB gerado pelo turismo no VAB da economia nacional em países da Europa



Fonte: INE, 2017, p.12.

Ao explicar a evolução dos ciclos económicos a partir do uso do PIB como indicador de avaliação macroeconómica,

[...] observa-se uma fase de expansão do ciclo económico se existirem flutuações positivas do produto interno bruto em torno da sua tendência de longo prazo. Consequentemente existirá um maior nível de consumo e produção, originando um aumento dos lucros das empresas, o que implica uma procura adicional de força de trabalho, o que, direta ou indiretamente contribui para uma variação positiva do emprego de uma determinada economia, durante um determinado período de tempo. Observa-se uma fase de recessão do ciclo económico, quando o comportamento é o oposto (TEIXEIRA, 2016, p.16-17).

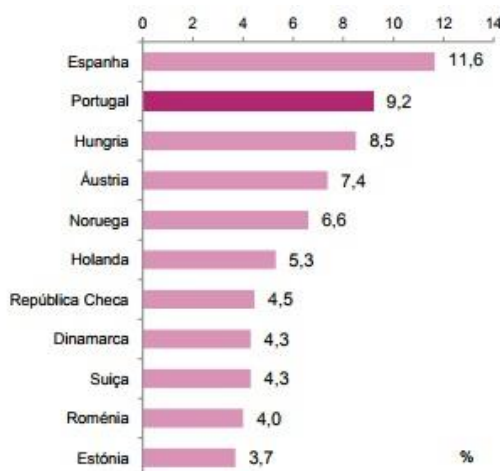
O caso português, quando verificado a partir do turismo, revela flutuações positivas do PIB, bem como a ampliação do consumo e produtos oriundos da oferta turística e com isso um incremento na empregabilidade no setor.

Enquanto o gráfico 6, tratando do peso da empregabilidade nas atividades características ao turismo, também revela Portugal como o segundo país europeu mais bem colocado. E sob esse aspecto observou-se uma revitalização da faixa etária no setor que era de 46 anos, rejuvenescendo para 38 anos, com uma boa inserção dos formados nas Escolas de Hotelaria e Turismo<sup>2</sup>, com remuneração mensal para os estudantes em formação contratados perfazendo valores entre € 476 e € 1.000 de acordo com a carga horária de trabalho em 2010 (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.23).

<sup>2</sup> O Relatório de Sustentabilidade Turismo de Portugal 2010, não nomeia as referidas instituições, apenas cita os inquéritos realizados com alunos das “EHTs” após 6 meses de finalização do curso. Subentende-se, pelo uso da sigla, que houve uma generalização, considerando-se os cursos técnicos e de licenciatura (mais acessíveis).



**Gráfico 6 - Peso (%) do emprego nas atividades características do turismo (ETC) no total do emprego da economia nacional em países da Europa**



Fonte: INE, 2017, p.13.

Os dados informados nos gráficos foram coletados pelo INE nas bases do Eurostat: Tourism Satellite Accounts in Europe 2016 edition; Instituto Nacional de Estatística, I.P.: Conta Satélite do Turismo 2014 e 2015; OECD (2014), Denmark, in OECD Tourism Trends and Policies 2014, OECD Publishing; Instituto Nacional de Estadística. Cuenta satélite del turismo de España. Base 2010. Serie contable 2010-2015; CBS - Statistics Netherlands: Tourism; key indicators, National Accounts; Tillväxtverket: Tourism in Sweden. Effects of tourism on the economy, exports and employment, and tourism volumes, behaviours and supply and demand. Facts and Statistics. 2014; Statistics Norway: Tourism satellite accounts e Swiss Federal Statistical Office (FSO): The revised Tourism Satellite Account for 2011; Il primo Conto Satellite del Turismo per l' Italia. Anno 2010. ISTAT (2012); Tourism Satellite Accounts (TSA) 2010 – Valletta: National Statistics Office, 2017; UK Tourism Satellite Account 2014, Office for National Statistics. Tal informação demonstra a preocupação dos países europeus com o registro quantitativo e sua divulgação pública para a elaboração de quadros comparativos, planejamento e execução de estratégias de incremento na área turística.

Outros dados importantes referem-se ao que demonstra a tabela 1 com o fluxo do turismo internacional em Portugal a partir das chegadas e receitas. Percebe-se em ambos um decréscimo no ano de 2009, em função da já mencionada retração do mercado econômico mundial, entretanto, a partir de 2010, há uma retomada do crescimento em caráter contínuo até 2013.

**Tabela 1 – Movimentação do Turismo Internacional em Portugal (Chegadas e Receitas)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Chegadas de Turistas Internacionais	927	891	949	997	1038	1087
Receitas de Turismo Internacional	657	632	728	776	868	901

Fonte: Adaptado de TEIXEIRA, 2016, p.22-23.

Os dados favoráveis de Portugal na área turística revelam uma ação contínua para

a promoção da competitividade no setor, lançando campanhas de *marketing* no exterior para atrair turistas internacionais, orientando e incentivando investimentos públicos e privados, apoiando o desenvolvimento de tecnologias aplicadas à área (modernização, qualificação e inovação), além de buscar a excelência dos serviços ofertados (acompanhamento, avaliação e premiação) para garantir a satisfação do turista.

A criação das Entidades Regionais do Turismo (ERTs) tem dirigido as ações de mobilização de recursos e desenvolvimento de “conteúdos temáticos, aliados ao desenvolvimento de uma oferta complementar aos tradicionais produtos turísticos” com ênfase no *Touring Cultural* que inclui gastronomia, rotas dos vinhos, paisagismo, natureza, turismo residencial, dentre outros (DIREÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.32).

Liliana Gomes (2012, p.23-24) ao discorrer sobre a relação turismo e cultura, compondo o estado da arte de sua dissertação, chama atenção para a proposição tripartite de Ashworth, para quem haveria uma divisão em três categorias: a) turismo e arte (a cultura usada como atrativo turístico presente em recursos culturais os museus, galerias de arte, espetáculos de música, dança, teatro, entre outros, voltados para um segmento de elite), b) turismo e patrimônio monumental (a cultura corporificada no patrimônio edificado em igrejas, castelos, vestígios arqueológicos ou através de acontecimentos ou personagens históricas) e c) turismo e lugar específico (pensando o lugar como um todo, numa concepção mais ampla de cultura).

A noção de economia e turismo criativos adequa-se melhor a terceira perspectiva de turismo e lugar específico, onde é possível perceber como a cultura é produzida, mantida e vivenciada. Assim como os campos de trigo, os moinhos de vento, a produção da farinha, o cozimento do pão e o compartilhamento de toda essa cadeia de significados com aqueles visitantes externos à comunidade, mas que a procuram em busca de história e experiências significativas.

### 3 MOINHOS, HISTÓRIAS E COMUNIDADE

A história dos moinhos de trigo e da produção do pão na área rural de Portugal está invariavelmente relacionada às tradições religiosas, desse modo, entre ditados, cantorias e devoção aos santos católicos, prepara-se a terra para a semeadura do trigo a partir do dia 8 de dezembro, quando se celebra o feriado religioso de Nossa Senhora da Conceição. Enquanto a colheita nos campos de trigo já vistosos ocorre no dia 24 de junho, dia de São João.

Cantai, cantai raparigas,  
Cantai sempre ao S. João,  
Porque ele paga as cantigas  
Com trigo loiro e bom pão!

Após a moagem dos grãos, a massa do pão é feita entre pequenas orações transmitidas de mãe para filha ao longo do tempo, evocando o santo de devoção em três momentos: no início do processo de amassar o pão, quando se entoia “Em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo, Almas Santas Benditas”; depois, quando a massa começa a fermentar deve ser pronunciado “Santo Antônio te acrescente, Santo Antônio te alevante”, e ao final, no momento de levar o pão ao forno para seu cozimento, diz-se “Santo Antônio te acrescente, com saúde como a gente, e que eu seja a primeira a pôr-te o dente com a benção do Senhor e a graça do divino Espírito Santo”. As rezas, no

imaginário social, servem para prover de bênçãos as casas, as famílias e a fartura do pão nas mesas portuguesas.

É importante ainda não se cortar o pão quente com uma faca, pois a tradição popular informa que esse gesto irá cortar também as forças de quem o produziu. Por isso, corta-se com as mãos ou espera-se o pão esfriar.

A própria oração mais famosa de todos os tempos que evoca “O pão nosso de cada dia” está estritamente vinculada à prática da moagem dos cereais plantados nos campos pelas comunidades. O pão, base da alimentação familiar, era feito em casa e integrava as tarefas do cotidiano feminino, pois era papel da matriarca que cuidava do lar e dos filhos, “colocar a mão na massa”.

Dos tempos mais remotos provém a tradição de moinhos d’água, que aproveitavam as correntes de rios para a moagem, sendo nomeados em Portugal de atafonas ou azenhas, bem como os moinhos movidos à tração animal ou braçal onde a geografia era desprovida de águas fluviais. Influências romanas e islâmicas permeiam sua história na Península Ibérica. Já na região de Tróia, junto ao rio Tejo, datam do século XVII construções de moinhos de maré. Quanto ao trabalho nos moinhos:

a moagem profissional coexistia com a moagem doméstica, esta mais frequente nas zonas rurais, onde frequentemente existiam moinhos comunitários. Nestes não havia moleiros, pois cada vizinho moía o seu cereal. No caso dos moinhos particulares com moleiro próprio, o camponês tinha de pagar uma maquia, que oscilava geralmente entre 6 e 10% da farinha moída (SILVA, 2014, p.12)

Os documentos históricos fazem menção aos moinhos de vento desde o século XII, em Lisboa e no século XIII, na região de Óbidos, de propriedade do mosteiro de Alcobaça. Do século XIV, há referências a um moinho de vento em Évora. Já os moinhos do Oeste proliferam a partir da segunda metade do setecentos, assim:

Os moinhos do Oeste com as características semelhantes às atuais eram frequentemente conhecidos por moinhos portugueses, segundo a expressão utilizada por alguns visitantes estrangeiros nos seus relatos, desde o século XVIII (SILVA, 2014, p.13).

Levantando um lista atualizada no século XXI e ainda muito incompleta, pontuam Portugal o Moinho na Senhora da Glória, perto de Ribeira de Matacães; o Moinho de maré de Corroios, em Seixal; mais de 37 moinhos na Serra de Montejunto (Oeste do país), dentre eles o Moinho de Penedo dos Ovos; o Moinho do Ardido, em Leiria; o Moinho do Boneco, em Moita dos Ferreiros, Lisboa; o Moinho de Xico d’Antónia; o Moinho dos Maorais, na aldeia de Pinhã; o Moinho de Santa Maria; o Moinho de São Marcos; o Moinho do Regatinho; o Moinho do Maia; a rota dos moinhos de Albergaria-a-Velha; o Moinho de Ti Miguel; os moinhos de Porto Santo; o Moinho de Vento de Foros de Arrão, em Ponte de Sor; os moinhos de vento do Algarve, dentre outros.

Em cada um desses moinhos, homens e mulheres dedicaram-se à moagem e à conservação das tradições, dentre eles, o moleiro Guilherme Almeida (Moinho de Maré dos Corroios), o moleiro António Daniel Pedro (Moinho de Pinhã), o moleiro Guilherme Hipólito (Reguengo Grande), o moleiro Raul Rodrigues (Moinho do Ardido), Francisco Soares (Moinho de Penedo dos Ovos) e os já falecidos moleiro António Nunes (Moinho do Boneco), moleiro Leonel (Cabanais de Torres) e moleiro José Virgílio (Barraçais).

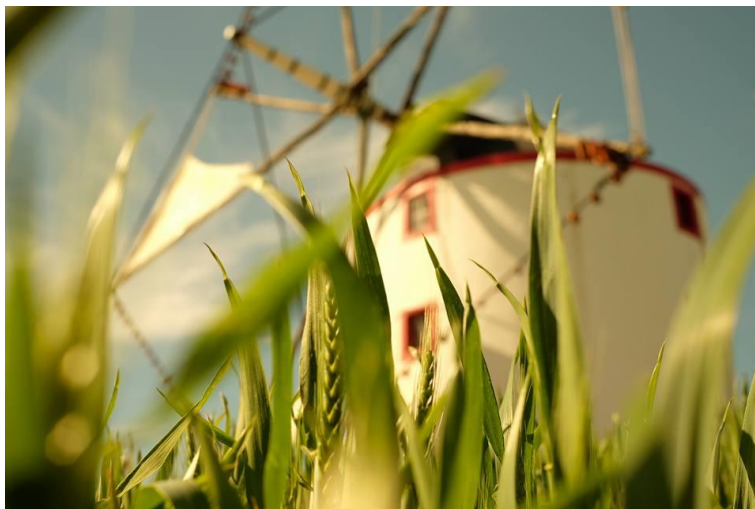
Das histórias de vida de um moleiro, António Nunes do Moinho do Boneco tem em sua biografia a trajetória do início ao fim ligada ao ofício da moagem dos grãos. Desde menino aprendeu a colocar os grãos na roda e mais tarde dividiu sua aprendizagem

com o filho e a neta.

**Figura 1 – O moleiro António Nunes**



**Figura 2 – O Moinho do Boneco, Portugal**



Fonte: <https://www.facebook.com/moinhomuseu/posts/1258063537639071>, acesso em: 30/12/2017.

Nascido em Caniçal, em 22 de novembro de 1922, filho de José Mateus Nunes e Vitória dos Anjos, já partilha da herança familiar desde os tenros tempos, uma vez que seu pai comprara o moinho de pau de Miragaia, situando-o na Campina, onde hoje só restam ruínas de pedras construídas sobre aquela estrutura. Mudou-o, em 1925, para uma encosta em Casal do Forno, junto às vinhas e casa da família. Mas em 1926 ocorre nova mudança, quando um novo terreno nas imediações se torna o local para a instalação definitiva do moinho, que desmontado foi carregado por carros de bois. De sua família, o irmão mais velho, Américo, dedicou-se a agricultura, as irmãs Maria e Carolina dividiam-se entre os afazeres domésticos e o auxílio na agricultura e no moinho, Mateus, o irmão mais novo, também abraçou a agricultura e à António coube o ofício principal de moleiro, pois já desde pequeno se acercava das tarefas de colocar os grãos para a moagem. Lá pelos 16 anos de António, seu pai decidiu construir um moinho novo, de pedra, distinto de seu frágil moinho de madeira. Inspirou-se na campanha dos moinhos filhos do trigo do Estado Novo português. O mestre João Casaca de Torres Vedras foi contatado para comandar as obras. Enquanto o serviço de erguer o novo moinho era feito, António trabalhava a moagem num moinho alugado nas Fontelas e com uma azenha no Vale da Conarga, Reguengo Grande. Em 1939, o Moinho do Boneco inicia seus trabalhos, mas sendo concluído somente em 24 de abril de 1940, com António Nunes retomando seu posto como moleiro. A distribuição da farinha era feita em uma carroça para os fregueses de Moita dos Ferreiros, Fontelas e Zambujeira dos Carros. Casou-se duas vezes, já que do primeiro matrimônio com Maria Filomena veio a viuvez precoce com a morte da primeira esposa no parto de sua primeira filha que também não resistiu. A segunda esposa, Albertina, lhe deu o filho Valentim que seguiu o ofício de moleiro do pai. Teve duas netas: Fátima, nascida em 1982 e Andreia, vinda ao mundo em 1994. Em 2002 sua esposa adoeceu e em setembro de 2006, António ficou viúvo pela segunda vez. Com o passar do tempo contraiu muitos problemas de saúde (próstata, síndrome

vertiginoso e aterosclerose), mas chegou ao nonagésimo ano de vida, comemorado em 2012, num restaurante com sua família e estendendo o passeio à azenha do Zé Marreco. Sua última visita à um moinho foi na serra de Montejunto, no moinho do Penedo dos Ovos, recepcionado por Dona Rosa e o Sr. Francisco Soares. Em agosto de 2016 recebeu o diagnóstico de um câncer na bexiga, sendo internado em dezembro do mesmo ano no Hospital de Santa Maria, em Lisboa. Depois de uma longa luta combatendo a doença com o firme apoio de sua nora, Isabel Nunes, veio a falecer na madrugada de 20 de setembro de 2017. Foi sepultado no dia seguinte. Seu legado material incluiu um moinho, duas casas, algumas terras e pouco dinheiro. Mas sua herança imaterial perdura em sua família que segue sua vocação na moagem dos cereais (NUNES, 2017).

As biografias dos moleiros portugueses, principalmente na região Oeste, estão diretamente vinculadas à sua comunidade, ao papel de liga que estabelecem entre suas famílias e as demais. O uso de suas memórias e cultura material à serviço do turismo cultural dinamiza a vida da comunidade, bem como propicia a salvaguarda dos moinhos. Ainda sobre o turismo cultural e suas estratégias de intervenção, Bittencourt (2008, p.68) afirma:

Esta forma de Turismo justifica, de facto, os esforços que a preservação e protecção demandam de uma comunidade, pelos benefícios sócio-culturais e económicos que tais medidas proporcionam a todas as populações interessadas.

Por isso, mesmo com os novos olhares da economia e turismo criativos, o que se tem buscado é a manutenção dessa tradição, que tem constituído roteiros de visitação aos moinhos, com pequenos grupos que percorrem os destinos dos moinhos, vivem a experiência da moagem da farinha, sua peneira, feitura da massa do pão, esperando seu cozimento para depois consumi-lo com uma das famílias entre conversas, café ou chá.

#### **4 PLANOS E ROTEIROS TURÍSTICOS DE PORTUGAL: A ECONOMIA CRIATIVA DE MOINHOS E PÃO**

As ações de incremento do desenvolvimento turístico em Portugal perpassam a elaboração de planejamentos institucionais coletivos, coordenando ações, realizando prospecções e diagnósticos de caráter nacional e dividido em regiões. A perspectiva da longa duração em planos que se desdobram em vinte anos futuros alarga a margem de investimentos, avaliação e ajuste das propostas ao longo destes.

O “*Turismo 2020 – Plano de ação para o desenvolvimento do turismo em Portugal*” apresenta-se dividido em duas partes: a primeira contendo o referencial estratégico (1. Pressupostos base, 2. Metodologia e Processo, 3. Diagnóstico Prospectivo, 4. Estratégia de atuação para o Turismo, 5. Turismo 2020 Mercados Externos, 6. Modelo de Gestão e Monitorização) e a segunda, dedicada aos projetos (TURISMO DE PORTUGAL I.P., 2017).

Em Portugal, os sistemas de incentivo de financiamento público e privado ao setor turístico são encontrados via QREN, Protocolo Bancário, REGFIN e Portaria 384/02, a exemplo de 2 projetos de aldeamentos turísticos e 19 projetos de turismo em espaço rural que capitaram 15.963.205€ e 11.468.292€, respectivamente. Sendo a maioria voltada para a requalificação e conservação do patrimônio cultural (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.26).

Ao mesmo tempo que se investe na infraestrutura, também se observa uma preocupação com o consumo otimizado e eficiente do ambiente no que diz respeito à energia, ao combustível (incentivo ao gás natural) e à água, promovendo a adoção de

melhores práticas. As questões climáticas (tendo em vista o regime hidrológico) e a redução de emissões de gases (CO<sup>2</sup>) com efeito estufa têm sido acompanhadas pelo grupo de trabalho setorial para o turismo, com a produção de relatórios e proposições, como o estabelecimento de parcerias como aquelas realizadas na ambiência da mobilidade sustentável dos turistas através de comboios ou aluguel de carros elétricos (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.39-45).

Outra abordagem utilizada, pensando-se ainda na sustentabilidade do setor, tem sido a:

[...] aproximação e envolvimento das comunidades no turismo. Uma das formas mais eficazes de promover esta aproximação é através da integração da identidade de cada região na proposta de valor do turismo. (DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO, 2010, p.51).

É nessa perspectiva que os moinhos de vento são potencializados como atrativos turísticos. Desse modo, em abril de 2010 já era possível encontrar nas mídias sociais iniciativas de planejamento e divulgação de um turismo criativo a partir de uma proposta pedagógica e cultural. Assim, o Moinho da Torre, no concelho de Vila do Bispo, no Algarve, já organizava sua requalificação enquanto patrimônio cultural para servir como casa de apoio para o ensino prático da produção do pão e a venda de produtos agrícolas tradicionais, além do artesanato local (OLIVEIRA, 2010).

Explicava seu gestor Carlos Mesquita, de 45 anos, em entrevista ao DN:

Aos visitantes será possível seguir no local, com os equipamentos próprios e um conjunto de meios de multimídia, todo o ciclo do pão, do prado até ao prato. Ou seja, neste caso desde o semear do trigo, passando pela colheita até à sua transformação em farinha e ao consumo do produto. Vamos aproveitar também para revitalizar antigos produtos desta região, nomeadamente bolos de torres-mos, de mel, de figo e amêndoa, pão caseiro e com chouriço, vinhos e outras bebidas, bem como peças de artesanato em esparto, palma, vime e barro, sem esquecer rendas tradicionais (OLIVEIRA, 2010).

Outra referência importante ocorre na transformação dos moinhos em alojamentos, oferecendo um abrigo adaptado para pernoite em um cenário bucólico com uma lista dos quais fazem parte: o moinho do Caniço, o moinho da Pena, o moinho da Senta, o Cabeço dos três moinhos, a Quinta dos moinhos de S. Filipe, o moinho da Tia Antoninha, o moinho de Pedra, dentre outros.

**Tabela 2 – Lista de alojamentos em moinhos de vento portugueses**

Moinho	Quartos	Camas	Funcionamento	Preço	Localização
Moinho da Pena	01	04	Todo o ano	35,00€ a diária em alta temporada	Entre Torres Novas e Ourém
Moinho do Caniço	02	04	Todo o ano	100,00€ a diária em alta temporada	Nordeste Transmontano
Moinho do Poço Verde	02	02	Não informado (N/I)	50,00€ a diária em alta temporada	Parque Nacional da Peneda-Gerês, em Castro Laboreiro
Moinho de Pedra	05	N/I	N/I	50,00€ a diária em alta temporada e 40,00€ em baixa temporada	Ilha Graciosa, Beira-Mar
Casa Moinho da Porta	02	03	N/I	1.435,00€ a semana em alta temporada. 200,00€ a diária em baixa temporada e 1.050,00€ a semana	Perto de Taíde, a 7 km da Póvoa de Lanhoso

Fonte: elaboração própria a partir de dados disponíveis em REVISTA LIFECOOLER (2017).

A parte referente ao Centro de Portugal, que inclui além de outras áreas o Oeste dos moinhos de vento, tem apresentado a maior capacidade de alojamento estimada em 20% da região (TURISMO DE PORTUGAL I.P., 2017, p.64). Ressalta-se ainda que no ranking de não-residentes que buscam dormidas na região do Centro, o Brasil ocupou em 2013 a 4ª posição, sendo superado somente pela Espanha, França e Alemanha (nessa ordem) e superando a Itália (TURISMO DE PORTUGAL I.P., 2017, p.70).

Abordando os moinhos de vento nos Açores, Bittencout (2008) ao tratar da reconversão do moinho de Vilar de Mouros como espaço de férias e lazer vinculados à memória do Norte de Portugal, reproduz o relato do arquiteto projetista José Manuel Gigante:

No Norte do país, no interior do terreno de uma casa recuperada, ficou a aguardar vez um velho moinho. Mais tarde, surgiu a ideia de o transformar em complemento da casa, dando-lhe vida própria como espaço de estar e dormir. À presença do moinho pouco havia a acrescentar. Sem tocar nas velhas paredes, colocou-se uma cobertura de cobre de recorte mínimo. Pertencia à memória do lugar e o desejo de o transformar começou naturalmente de dentro para fora (BITTENCOURT, 2008, p.62).

O autor ainda traz o estudo de caso do Moinho da Arrochela, no projeto de reconstituição, remodelação e ampliação desenvolvido pelo arquiteto Miguel Cunha, entre 2001 e 2006, para servir como habitação hoteleira destinada a Turismo Rural, na

Ilha Graciosa. Cita as palavras de Cunha que assim descreve o empreendimento:

A sua localização privilegiada sobre o mar, de frente para o Ilhéu da Praia e para a Ilha Terceira, e a cerca de 500 metros do areal da Praia da Graciosa constitui, só por si, motivo para esta intervenção. Para além deste factor, a especificidade de se tratar de um moinho, com as suas características muito peculiares, cria condições excepcionais para um aproveitamento no sector de turismo (BITTENCOURT, 2008, p.64).

Além da utilização dos moinhos de vento como casa de férias ou alojamentos para abrigar turistas, a partir da consolidação do dia 07 de abril como o “dia nacional dos moinhos” em Portugal, foi realizado o evento “Moinhos Abertos” no período de 07 a 10 de abril de 2016. Assim, a ação promovida pela Rede Portuguesa de Moinhos propôs a promover a visita de 18 moinhos durante os quatro dias. Na Atalaia, a programação envolvia visitas guiadas, festa do pão e animações variadas no moinho do António, no moinho da Lucília e no moinho do Napoleão. Na Moita dos Ferreiros foram organizadas visitas guiadas ao Moinho em Laboração e a Mostra de Poesia Popular “Rimas ao Vento”, tendo como sede o moinho do Boneco. Em Moledo as atividades compreenderam uma leitura de conto alusivo aos Moinhos (de autoria de Catarina Teixeira), um *Workshop* de Ilustração (ministrado por Cristina Henriques e João Leirão), as Jornadas do Vento (incluindo visitas guiadas, estender as velas, ouvir os Búzios e Histórias), a Exposição e o Projeto “A Eira dos Moinhos” de Cátia Miguel, Luísa Correia, Mariana Tomé, perpassando o moinho do Afonso, o moinho Monte Sinai, o moinho do Pantónio, o moinho do Fernando e o moinho do Ferro. Na área de Pinhã estavam previstos os trabalhos de montagem do mastro, velame e engrenagens do Moinho de Santa Maria, visitas guiadas aos moinhos em funcionamento, processo de Farinação “Do primitivo ao atual”, interpretação da Rosa dos Ventos, Exposição de Utensílios e Ferramentas, Exposição Fotográfica, Exposição e Venda de Artesanato e Produtos Regionais, Fabrico e Venda de Pão, Comes e Bebes, Largar o Moinho<sup>3</sup> e apresentação da maquete do livro “Moinho do Xico”, Zumba, Moinho à Noite, Café d’Avó<sup>4</sup>, Caminhada “Caminhos e Moinhos”, Palavras ao Vento, Observação Noturna “Moinhos com Estrelas”, Ranchos Folclóricos “O Clibotas” da Misericórdia e “As Moleirinhas do Seixal”, Cantares Populares Grupo Típico “Vozes do Povo” de Gamelas, Bombarral e Palavras ao Vento ocorridas no moinho do Xico, no moinho do Xico d’Antónia, no moinho de Santa Maria e no moinho Bar (REDE PORTUGUESA DE MOINHOS *et alii*, 2016).

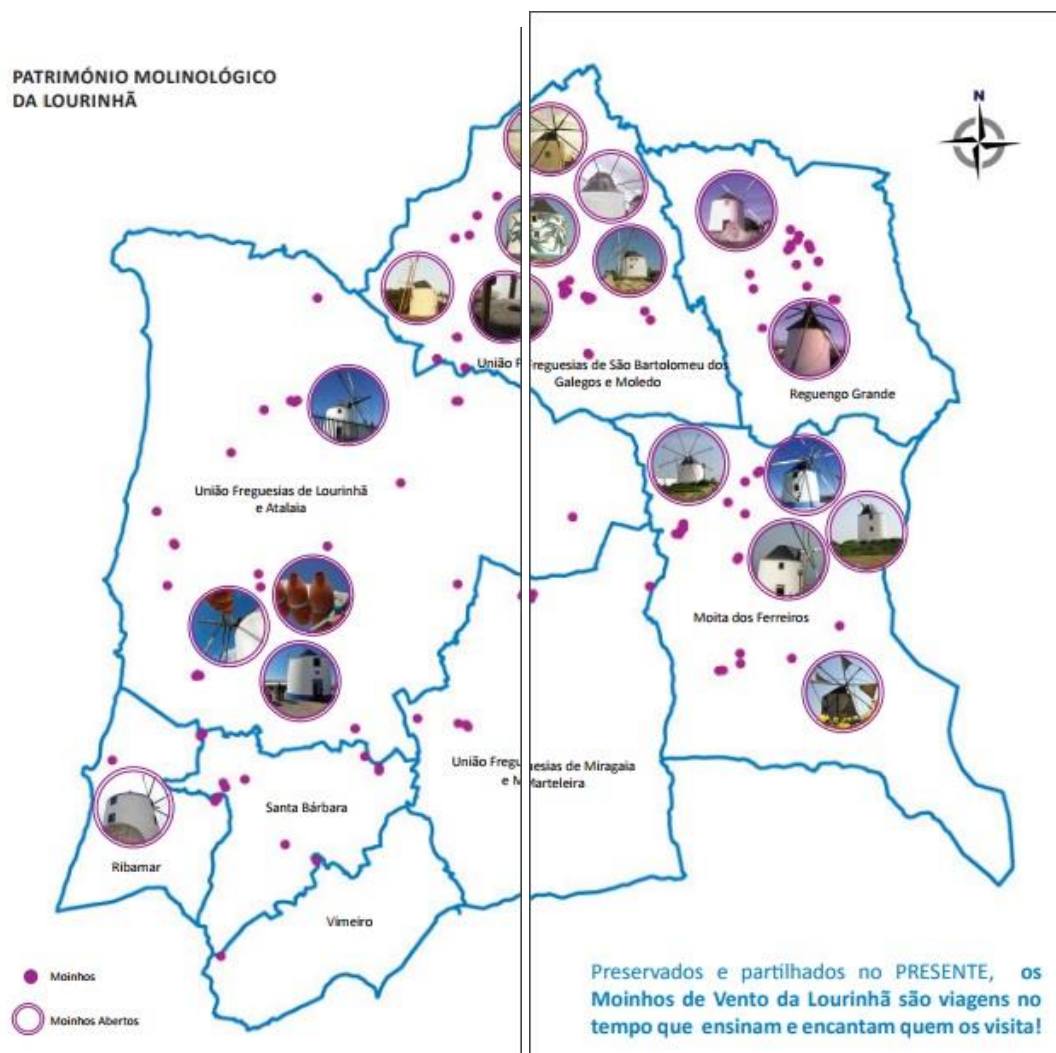
Visitar os moinhos compreende adentrar a biografia dos moleiros, a ancestralidade de suas tradições familiares, o conhecimento de suas experiências de trabalho e de vida. Por isso, as biografias de cada proprietário-fundador são importantes, pois conferem a identidade de cada moinho e valorizam os residentes daquela região. Suas memórias coletivas, suas lembranças subjetivas são transmitidas à cada turista que retorna para casa não apenas com o consumo da paisagem, ou do pão, mas com um forte vínculo simbólico com as pessoas que ali residem.

<sup>3</sup> A expressão “largar o moinho” significa a ação de desenrolar a vela e amarrar no mastro, preparando suas pás para ao vento processarem a moagem dos grãos de trigo.

<sup>4</sup> O Café d’Avó trata de compartilhar, no próprio moinho, o pão produzido a partir da moagem do trigo, da preparação da massa e seu cozimento no forno à lenha, servindo-o com café, geleia ou outras iguarias em um momento de degustação alinhado à gastronomia turística.



Figuras 3 e 4 – Mapeamento dos moinhos de vento do município de Lourinhã



Fonte: REDE PORTUGUESA DE MOINHOS *et alii*, 2016.

Ainda sobre o evento “Moinhos Abertos 2016”, na localidade de Porto Dinheiro foi realizada a moagem pública da farinha no moinho do Dinossauro. Em Reguengo Grande organizaram caminhadas e almoço convívio no moinho do Carrascal e no moinho do Viso. Por fim, na Zambujeira as visitas aconteceram no moinho do Carlos (Brochura Moinhos Abertos, 2016). As atrações culturais, turísticas e artísticas bem organizadas consolidam o imaginário e a prática de que:

[...] Visitar os Moinhos de Vento Abertos da Lourinhã é aprender a regular a finura da farinha, a picar as mós, a largar as velas e ouvir cantar os búzios. É conhecer paisagens únicas e gentes calorosas que desvendam, de dia e de noite, histórias e cantares e nos dão a provar o delicioso Pão do Moinho (REDE PORTUGUESA DE MOINHOS *et alii*, 2016).

Entre 10 e 11 de julho de 2017 foi realizado o IV Festival Pão de Portugal com um roteiro de visitas aos moinhos de Albergaria-a-Velha. A atividade envolvia além da visita guiada aos locais, participar do processo de amassar, assar e degustar o pão. Em dois moinhos (Regatinho e Maia) o almoço também estava incluído. O número máximo de 25 pessoas foi estipulado para integrar a atividade e não causar sobrecarga aos

espaços. Os valores das visitas diferiam em cada moinho, mas incluíam o transporte de autocarro e a alimentação indicada: Ti Miguel (5€), Parque dos Moinhos de Ribeira de Fráguas e Chão do Ribeiro (5€), Cova do Fontão (10€), Regatinho (20€), Maia (12€), S. Marcos e Atafona (5€).

O festival, em sua quarta edição, demonstra uma iniciativa coletiva e organizada na continuidade de um planejamento organizado que ofereça soluções ao diagnóstico prospectivo realizado via análise *Swot* de 2014 que identificou como pontos fracos da região centro:

[...] incapacidade de fixação de visitantes na Região (refletindo-se nas baixas taxas de ocupação e estadias médias); défice de imagem e de notoriedade da Região Centro; dificuldades de coordenação entre os vários agentes que operam no mercado turístico; assimetrias regionais vincadas, quer no que respeita à qualificação da oferta, quer à profissionalização da atividade turística; insuficientes redes de colaboração sustentáveis e atividades de *cross-selling*; fragilidades ao nível da população e dos agentes privados que possam apoiar o desenvolvimento das atividades turísticas (TURISMO DE PORTUGAL I.P., 2017, p.72).

Por isso, um dos objetivos racionais estratégicos da área está em “apostar no Turismo Médico, de Bem-Estar, Religioso, Turismo de Ambiente, Cultural, Gastronómico, Cinegético, Desportivo e Científico” (TURISMO DE PORTUGAL I.P., 2017, p.74), aproveitando as potencialidades da localidade que favorece experiências diversificadas como, por exemplo, ao lado da oferta de visita aos moinhos de vento, também a promoção de outros atrativos turísticos como a prática do parapente, campismo, a visita a real fábrica de gelo e as ruínas dos conventos dominicanos em Montejunto.<sup>5</sup>

Os casos tratados anteriormente revelam a importância do trabalho em redes de governança para o desenvolvimento sustentável do turismo. Há um foco na competitividade da região para um bem-estar coletivo e não na competição predatória que individualiza os ganhos. Assim, as ações colaborativas tanto na Lourinhã quanto em Albergaria-a-Velha executam parcerias público-privadas que definem estratégias e atuam na tomada de decisões de modo comprometido com o ambiente e as comunidades envolvidas.

A partilha de ideias enriquece a apresentação de propostas, incentiva a inovação, favorece uma compreensão maior da realidade e a aprendizagem das formas de enfrentamento de situações de risco, da potencialização dos recursos e da diminuição dos custos.

A rede possibilita a participação de vários pequenos agentes sociais, com recursos limitados, nos processos decisórios sobre o desenvolvimento econômico sustentável, os impactos sociais e ecológicos do turismo naquelas localidades.

Essa atitude de cooperação e colaboração é ainda importante para consolidar uma maior integração entre a comunidade, atuando também como facilitadora na resolução de conflitos, uma vez que diferentes graus de poder são desempenhados por seus participantes, sejam do setor privado, de instituições políticas, grupos profissionais e voluntários. Essas relações de poder definem as prioridades que são dispostas no planejamento das ações conjuntas.

<sup>5</sup> O Plano de Ação de Turismo busca diversificar a oferta de atrativos nas regiões. Assim, a visita ao moinho ao encantar o turista potencial poderá sugerir outras atividades capazes de promover o consumo de mais serviços e produtos.

Figura 5 – Cartaz promocional da Visita aos Moinhos (Rota dos Moinhos) de 2017

**IV FESTIVAL DO PÃO DE PORTUGAL**  
ALBERGARIA-A-VELHA  
QUINTA BOA VISTA / SOBREIRO  
09 A 11 JUNHO 2017

**ROTA dos Moinhos**  
ALBERGARIA-A-VELHA

# VISITAS AOS MOINHOS

## ROTA DOS MOINHOS

**10 E 11 JUNHO 2017**  
ALBERGARIA-A-VELHA

**10 JUNHO | Sábado**

**VISITA 1**  
10H00 - 11H30  
**MOINHO DO TI MIGUEL**  
Fontão  
Visita + degustação de Pão  
Preço 5€ | N.º pessoas: 25

**VISITA 2**  
14H30 - 16H00  
**PARQUE DOS MOINHOS DE RIBEIRA DE FRÁGUAS**  
Ribeira de Fraguas  
**MOINHO DO CHÃO DO RIBEIRO**  
Mouquim  
Visita + degustação de Pão  
Preço 5€ | N.º pessoas: 25

**VISITA 3**  
15H30 - 17H30  
**MOINHO COVA DO FONTÃO**  
Fontão  
Pão - Amassar e cozer  
Degustação de Pão  
Preço 10€ | N.º pessoas: 25

**11 JUNHO | Domingo**

**VISITA 4**  
10H00 - 14H30  
**MOINHOS DO REGATINHO**  
Vilarinho de S. Roque  
Visita guiada aos moinhos  
Visita guiada (Início do Linho - 2,5 km  
Almooç. Tradicional)  
Preço 20€ | N.º pessoas: 25

**VISITA 5**  
12H00 - 14H00  
**MOINHO DO MAIA**  
Fial de Baixo  
Visita + Almooç. Branco Folgado do Fial  
Preço 12€ | N.º pessoas: 25

**VISITA 6**  
14H30 - 16H00  
**MOINHO DE S. MARCOS**  
S. Marcos  
**ATAFONA**  
Sobreiro  
Visita + Degustação de Pão  
Preço 5€ | N.º pessoas: 25

**PARTICIPE**  
INSCRIÇÕES ATÉ 09 JUNHO

**INFORMAÇÕES:**  
As inscrições são obrigatórias e até ao **9 junho**  
pelo email: [turismo@albergaria.pt](mailto:turismo@albergaria.pt)  
Todas as inscrições estão sujeitas a confirmação pelos nossos serviços.  
Após a confirmação da inscrição serão enviados os dados para pagamento.  
O transporte de autocarro e as refeições indicadas estão incluídas no preço.  
Ponto de encontro: Stand Município de Albergaria-a-Velha (Entrada do Festival do Pão)

Logos of sponsors: ERDOZIVE, SAGRES, FAMILIAR, FINESTRA, germen, ALBERGARIA A-VELHA

Fonte: Arquivo de Albergaria-a-Velha, 2017.

Em Moita dos Ferreiros a visitação aos moinhos do Oeste português se cruza com o roteiro religioso, onde a tradição comunitária do plantio do trigo e feitura do pão misturam-se às crenças das benesses dos santos padroeiros das colheitas. Assim, fazem parte da rota turística os moinhos da Pinhôa e do Boneco e as igrejas de Nossa Senhora da Conceição e o Santuário da Misericórdia. Destaca-se ainda como património cultural dessa localidade os vestígios mouriscos.

Figura 6 – Flyer com roteiro turístico religioso de Moita dos Ferreiros (frente)

**SA SENHORA MISERICÓRDIA**  
 ido por um espaço natural de fauna  
 sobreiros centenários.

**SA SENHORA DA MISERICÓRDIA,**  
 o antigo algures pelo ano da forma  
 sifício de traça popular com alpen-  
 ca e diversos anexos que se foram  
 go dos tempos.  
 antes tentem explicar de forma na-  
 tago e a designação de Misericórdia.

**NHO**  
 rebentou uma fonte milagrosa, em  
 u Deus a fazer grandes maravilhas”  
 ão utilizados como expressão de  
 a da fonte colocam na pequena laje  
 sa Senhora” e depois passam pela  
 e sofre de algum mal, repetindo um  
 go e muito sacralizado. (Monografia  
 de Nossa Senhora da Misericórdia)

**IGREJA PAROQUIAL DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO**  
 Igreja do séc. XVII que foi edificada no local onde existiu  
 uma Igreja de estilo românico de menor dimensão a ava-  
 liar pelos achados encontrados no ano 2000 aquando da  
 abertura dos nichos na parede para implantação dos dois  
 novos altares laterais em talha dourada. As paredes do  
 edifício têm mais de um metro de espessura e podemos  
 constatar que na sua construção usaram parte de mate-  
 riais da Igreja velha.  
 O atual edifício do séc. XVII que inicialmente no seu inte-  
 rior era de uma só nave e no exterior uma só Torre sinei-  
 ra, foi acrescentado de duas capelas laterais no transepto  
 do altar mor passado a ter o formato de cruz romana a  
 partir dos anos 60 de século XX e a Torre sineira do es-  
 querdo de quem está voltado para frente da Igreja, foi  
 construído nos anos  
 40 do séc. XX para  
 colocação de um re-  
 lógio mecânico que  
 embora desativado  
 ainda se encontra no  
 interior da Torre.  
 Padre Carlos Branco

**VISITAS**  
 terça a quinta / 09h30 - 12h30  
 mediante marcação prévia  
 Contacto: Junta de Freguesia de Moita dos Ferreiros  
 261 459 484 / 919 317 074  
 Pe. Carlos Branco-919 312 833

**1. MOINHOS DA PINHÔA**  
 Alto dos Moinhos, Pinhõa  
 39° 15' 03.83" N  
 9° 14' 16.98" O

**2. MOINHO DO BONECO**  
 Rua dos Moinhos,  
 Moita dos Ferreiros  
 39° 25' 21.35" N  
 9° 22' 63.01" O

**3. IGREJA PAROQUIAL DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO**  
 Rua do Adro, Moita dos Ferreiros  
 39° 14' 52.96" N  
 9° 13' 24.67" O

**4. SANTUÁRIO DA MISERICÓRDIA**  
 Misericórdia  
 39° 15' 50.34" N  
 9° 12' 24.28" O

**Moita dos Ferreiros**

Fonte: Arquivo de Moita dos Ferreiros, 2017

Moita dos Ferreiros é uma freguesia pertencente ao concelho da Lourinhã, com aproximadamente 1.734 habitantes em um território com as dimensões de 24,83 km<sup>2</sup> de área. Ressalta-se que em 2010, já havia atividades culturais relacionadas aos moinhos e ao fabrico do pão. Desse modo, em 19 de setembro de 2010, foi realizada uma Oficina do Pão nos moinhos da Pinhõa sob a direção do MPI – Movimento Pró-Infomação para a Cidadania e Ambiente com o apoio da Junta de Freguesia da Moita dos Ferreiros. O enfoque em palestras sobre a história e a técnica do cultivo dos grãos e da produção da farinha, as tradições da agricultura e a relação da alimentação com a saúde e a sustentabilidade das famílias produtoras foi permeada pela visitação aos moinhos e degustação de pães variados (broa de milho com torresmos, merendeira simples, pão de bolota e pão de Lêveda natural) (MPI, 2010).

Figura 7 – Flyer com roteiro turístico religioso de Moita dos Ferreiros (verso)

Situado no centro da vila de Moita dos Ferreiros, o **MOINHO DO BONECO** é uma pérola de tradição passada de geração em geração na família do moleiro, sempre funcional desde a sua fundação em 1940.

Nas tardes de domingo reúnem-se os moleiros conversando à sombra do vento sobre a qualidade da farinha, o canto dos búzios, o trabalhar das mós, enquanto o moinho, com uma brisa de verão, vai moendo o cereal que há de ser o pão de cada dia.

Moitã, Moita dos Ferreiros, possui um dos melhores pontos de vista da paisagem rural - **MOINHOS**. Atualmente, há 5 moinhos totalmente recuperados, e eles mantêm a sua atividade tradicional.

Visitas gratuitas em sábados / 09h30 - 12h30

Moitã, Pinhã  
Freguesia de Moita dos Ferreiros  
919 317 074  
Moinho do Chico) - 912 713 514

**VISITAS GRATUITAS NO VERÃO**  
domingos de julho e agosto  
das 14h às 19h

Rua dos Moinhos,  
Moita dos Ferreiros

Contacto: 912 830 954  
moinhomuseu@gmail.com

Fonte: Arquivo de Moita dos Ferreiros, 2017

Todos os exemplos referentes às atividades turístico-culturais dos moinhos trazem à tona duas questões contemporâneas que têm sido alvo de inúmeros trabalhos de reflexão acadêmica: 1ª) a objetificação ou fetichização da cultura enquanto mercadoria (HANDLER, 1988); e 2ª) a atitude predatória do capitalismo diante do patrimônio cultural que se mostra, na prática, o inverso dos discursos de sustentabilidade, uma vez que o lucro é o motivo maior dos empreendimentos, sendo essa ordem de discussão inserida na problemática da “sociedade de consumo” pensada a partir da “espetacularização do mundo das mercadorias” e sua vinculação com a globalização. Com base nessas premissas, afirma Silvia Ortigoza (2010):

O mundo atual é o mundo da mercadoria. As mercadorias é que permitem novos fluxos, encontros e desencontros no cotidiano e no espaço. A troca passa a ser o sentido e o fim de tudo, porque o valor de troca passa a subordinar a si todos os momentos da vida.

Isto porque os séculos XX trouxe a intensificação do modelo tayloriano-fordiano da sociedade de consumo de massa, onde a lógica da quantidade passou a orientar a distribuição e o consumo. O consumidor tornou-se, nesse contexto, espectador e ator perante novas estratégias comerciais impelindo necessidades supérfluas e satisfações jamais alcançadas que integram um círculo vicioso de compulsão.

A sociabilidade é determinada por um “consumismo desenfreado” quando “[...] a soma total da felicidade humana cresce conforme uma quantidade maior de dinheiro troca de mãos” (BAUMAN, 2004, p.87).

Ter-se-ia então ao invés da vida cotidiana dos moinhos de vento, a objetificação dos costumes com finalidades destinadas à sua comercialização no modus operandi capitalista?

Todavia, o que se pode perceber de fato na rede de solidariedade que se estabelece entre os moinhos e seu uso em favor da coletividade como vetor de uma economia criativa e sustentável é justamente um processo contrário que se apegua à resistência dos valores da cultura tradicional. O movimento de “patrimonialização” é realizado pela

própria comunidade e não por um “animador intelectual” (um antropólogo, um historiador ou um sociólogo, por exemplo, como agente objetificador como assinalado por Handler).

Esse debate não é novo, Cecilia Benedetti (2006, p.369-370), em seu artigo “Desde las colecciones al mercado ‘global’. Reflexiones sobre patrimonio y artesanías indígenas”, ao tratar das práticas de patrimonialização vinculadas à produção artesanal de uma etnia do norte do território argentino, com base em Soto Uribe (2006) ressalta

Actualmente, la problemática patrimonial se encuentra atravesada por la noción de cultura como recurso económico, ligada a fenómenos de diversa índole, como la globalización, los nuevos comportamientos de consumo, el crecimiento de la actividad turística, los proyectos de desarrollo local o endógeno. En esta dirección, se propone que las identidades culturales de los diversos grupos sociales se expresan en bienes “tangibles” e “intangibles” que pueden ser convertidos en fuente de ingresos y trabajo.

Assim, os atores sociais envolvidos na revitalização dos moinhos de vento portugueses estão imiscuídos numa identidade coletiva que Manuel Castells (2002, p.22) compreende como um processo de “[...] construção de significados com base em um atributo cultural, ou ainda em um conjunto de atributos culturais inter-relacionados”. Assim, a relação profunda com a terra, com o plantio, com a agricultura sustentáculo das famílias ao longo de tantos séculos vinculada à religiosidade que remete à fertilidade, à boa colheita confluindo para o moinho de vento, do giro das pás, dos búzios do tempo, das mudanças que também reanimam a tradição, ressignificam as trajetórias, incentivando o registro da historicidade de pessoas, de lugares e de fazeres.

As biografias dos moleiros são tecidas pelas próprias famílias e compartilhadas entre elas e com aqueles que se interessam pela visita aos moinhos. Não há uma outorga de voz/autoria a um intelectual forasteiro. São as filhas e filhos, netas e netos, bisnetas e bisnetos, esposas e esposos, amigos que remontam o quebra-cabeças das histórias de vida a partir de antigas fotografias, relatos de memória, pequenas anedotas de situações presenciadas, sem, contudo, deixar de identificar as rupturas, descontinuidades e transformações do tempo fugindo assim ao “discurso de autenticidade” de uma “cultura imóvel”.

São ainda as comunidades que se colocam como gestoras do turismo criativo em suas terras, em seus moinhos, assumindo um protagonismo que cobra ações do estado, consolida parcerias privadas, mas não perde sua condução do processo. Obviamente isso não exclui a ocorrência de conflitos, desentendimentos, críticas internas na própria comunidade, mas são essas situações que fortalecem os laços ou reelaboram novas formas de sociabilidade acordadas em uma via de mão dupla.

O turismo de massa, devido a homogeneização de rotas e a espetacularização da venda, estimula a satisfação da viagem na composição de fotografias geradoras de *status* em redes sociais e não da fruição da experiência cultural através das trocas com os residentes da área visitada. Já o modelo de turismo criativo dos moinhos portugueses, constrói outra cadeia de significados que perpassa a vivência comunitária e grupos reduzidos em sua quantidade (quer para participação nas visitas, nas atividades culturais, quer para sua hospedagem nos moinhos-alojamento). A qualidade é evocada ao invés da quantidade. Disso depende a manutenção do ambiente, a sustentabilidade ecológica. A felicidade como experiência sensorial e não apenas como “compra”.

O turismo nos espaços naturais não é apenas modismo de uma época e a opinião pública tem se conscientizado, cada vez mais, da necessidade de

proteger o meio ambiente. [...] assim, o turismo de qualidade pode tornar-se economicamente viável, desde que associado à proteção dos espaços naturais e à excelência dos serviços e equipamentos oferecidos aos clientes (RUSCHMANN, 2002, p.27).

Esses são novos paradigmas que devem nortear a discussão tanto do patrimônio cultural quanto do turismo e economia criativos que pressupõem sustentabilidade, identidades locais *versus* mundialização, protagonismo de atores sociais e dissensões intelectuais. São conceitos e práticas ainda em movimento de construção, reelaboração e criticidade que requerem discursos múltiplos e não visões de unicidade.

Mais do que o academicismo, posicionamentos políticos ou o viés da formação profissional, trata-se de pessoas, de vidas e de modos de compartilhar suas jornadas, pois não se deve esquecer de que afinal “a vida é um moinho”.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Amor Líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BENEDETTI, Cecília Mariana. Desde las colecciones al mercado “global”. Reflexiones sobre patrimonio y artesanías indígenas. *Revista Ilha* (UFSC), vol.8, n. 1,2, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/viewFile/18318/17148>, acesso em: 20/01/2018.

BITTENCOURT, Luís. *Moinho de Vento dos Açores*. Novo papel na sociedade contemporânea. Angra do Heroísmo: Instituto Açoriano de Cultura, 2008.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol.2. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO (Coord.). *Relatório de Sustentabilidade Turismo de Portugal 2008*. Lisboa: Costa & Valério, 2008.

DIRECÇÃO DE ESTUDOS E PLANEAMENTO ESTRATÉGICO (Coord.). *Relatório de Sustentabilidade Turismo de Portugal 2010*. Lisboa: Tempora Design, 2010.

GAVRIC, Gordana; KRSTIC, Milan. Creative industries as a factor of economic development of serbia. ZIVADINOVIC, Jovan; MARKOVIC, Dusan; SKORUP, Ana (Eds.) *Economic and Technological Development and Information Technology*. United Kingdom: Compass Publishing, 2017.

GOMES, Liliana Margarida Freitas. *O turismo criativo: experiências na cidade do Porto*. Dissertação 2º Ciclo de Estudos em Turismo. Porto: Universidade do Porto, 2012.

HANDLER, R. *Nationalism and the politics of culture in quebec*. Madison: The Wisconsin University Press, 1988.

INE – Instituto Nacional de Estatística. *Dados da Cultura, 2014*. Portugal: INE, 2014. Disponível em: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest)

[boui=224737758&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt](#), acesso em: 31/12/2017.

INE - Instituto Nacional de Estatística. *Conta Satélite do Turismo (2014-2016)*. Portugal: INE, 2017. Disponível em: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?PORTLET\\_ID=JSP&xpgid=ine\\_destaque&xlang=pt&xpid=INE&PORTLET\\_NAME=ine\\_cont\\_header\\_dest&PORTLET\\_UID=%23JSP%3Aine\\_cont\\_header\\_dest%23&DESTAQUEStema=55581&DESTAQUESdata\\_inicial=&DESTAQUESdata\\_final=&DESTAQUESfreeText=](https://www.ine.pt/xportal/xmain?PORTLET_ID=JSP&xpgid=ine_destaque&xlang=pt&xpid=INE&PORTLET_NAME=ine_cont_header_dest&PORTLET_UID=%23JSP%3Aine_cont_header_dest%23&DESTAQUEStema=55581&DESTAQUESdata_inicial=&DESTAQUESdata_final=&DESTAQUESfreeText=), acesso em: 31/12/2017.

MATEUS, Augusto. A economia criativa em Portugal. Relevância para a competitividade e internacionalização da economia portuguesa. *ADDICT – Creative Industries Portugal*. Porto: Serralves, 2016.

MATEUS, Augusto (Coord.). *O sector cultural e criativo em Portugal*. Relatório Final. Lisboa: AMConsultores, 2010.

MATIAS, Pedro Miguel dos Reis. *Turismo Criativo: uma abordagem ao caso português*. Dissertação de Mestrado em Gestão Cultural. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa, 2013. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/8081/1/Tese%20Turismo%20Criativo.pdf>, acesso em: 30/12/2017.

MPI – Movimento Pró-Informação para a Cidadania e Ambiente. *Oficina do Pão nos Moinhos da Pinhoa*. 2010. Disponível em: [https://www.scribd.com/fullscreen/37853668?access\\_key=key-18fc3b14rfrgy9d77b8u](https://www.scribd.com/fullscreen/37853668?access_key=key-18fc3b14rfrgy9d77b8u), acesso em: 15/01/2018.

NASCIMENTO, M., MARQUES, F & ALCÂNTARA, A. A. Turismo cultural, itinerários turísticos e impactos nos destinos. *Tourism and Hospitality International Journal*, 9(1), 49-71, 2017.

NEWBIGIN, John. *A Economia Criativa: um guia introdutório*. Londres: British Council, 2010.

NUNES, Fátima. *Biografia de um moleiro*. Disponível em: <https://www.facebook.com/moinhomuseu/posts/1258063537639071>, acesso em: 30/12/2017.

OLIVEIRA, José Manuel. Antigo moinho para atrair turistas com fabrico do pão. *Diário de Notícias (DN)*, 04/04/2010. Disponível em: <https://www.dn.pt/portugal/sul/interior/antigo-moinho-para-atrair-turistas-com-fabrico-do-pao-1535552.html>, acesso em: 08/01/2018.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. *Paisagens do consumo*. São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. São Paulo: EDUNESP, 2010.

REDE PORTUGUESA DE MOINHOS *et alii*. *Brochura Moinhos Abertos 2016*. Lourinhã: Rede Portuguesa de Moinhos, Etnoidea, Município de Lourinhã, 2016. Disponível em: <http://www.rcl99.fm/wp-content/uploads/2016/03/BrochuraMoinhosAbertos.pdf> acesso em: 10/01/2018.



REVISTA LIFECOOLER. *Dormir no moinho*. Disponível em: <https://lifecooler.com/dossiers/dormir/dormir-no-moinho/472> , acesso em: 08/01/2018.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dilemas da cultura e democracia no Brasil contemporâneo. *Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of Cultural Studies*, vol. 4, n. 2, 2017, pp. 53 – 68.

RUSCHMANN, Doris. *Turismo e Planejamento Sustentável*. A proteção do meio ambiente. Campinas-SP: Papyrus, 2002.

SILVA, Lara Filipa Raposo da. *A reabilitação do património dos moinhos de vento do Oeste: uma proposta integrada para a sustentabilidade dos moinhos do casal nordeste*. Dissertação de Mestrado em Arquitectura. Lisboa: FAUTL, 2014.

TEIXEIRA, Ana Rita da Silva. *Ajustamento do emprego no Setor do Turismo em Portugal – análise dos fluxos de emprego entre 2008 e 2012*. Dissertação de Mestrado em Economia. Porto: FEP/UP, 2016.

TURISMO DE PORTUGAL I.P. (TdP). *Turismo 2020 – Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Disponível em: [http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020\\_Parte%20I\\_mercados%20-%20SWOT.pdf](http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020_Parte%20I_mercados%20-%20SWOT.pdf) , acesso em: 07/01/2018.

### ***Portuguese mills: cultural history, economics and creative tourism***

**Abstract:** *The article presents a sociocultural investigation based on the contemporary experience of the uses of Portuguese bread mills as attractions of a tourism and creative economy that reinforces the meanings of their cultural history. The incursion for the biographies of millers, cultural activities in the mills carried out in a network, the numbers of tourism planning in Portugal and a reflection on the objectification of culture in the consumer society also integrate the text, bringing an understanding of the subjectivities that involve creative tourism. More than the consumption of the landscape, the lodging and the diverse attractions, the exchange of affections between tourists and residents favors the appreciation of the region. Therefore, this research proposes the strengthening of the management of creative tourism.*

**Keywords:** *Mill. Creative tourism. Economy.*

Artigo recebido em 21/01/2018 e aceito para publicação em 03/06/2018.