

## Capítulo 10

### FIESTAS, GASTRONOMÍA Y TURISMO El caso de la Isla de Madeira (Portugal)

Noémi Marujo  
Portugal

---

#### INTRODUCCIÓN

La gastronomía forma parte de la cultura de un pueblo. Funciona como un atractivo turístico para aquellos turistas que intentan conocer y experimentar nuevos sabores, o sea, particularidades gastronómicas de un país, región o localidad. Se destaca que la demanda de autenticidad es identificada por algunos investigadores como un factor fundamental para la motivación del turismo cultural (Wang, 2000; Richards, 2007) porque la *“gastronomía proporciona la oportunidad para lograr encuentros auténticos con culturas diferentes”* (Fields, 2002: 39).

La gastronomía refleja la cultura y el paisaje de una región. Da carácter a una sociedad y es la expresión de la identidad de una determinada cultura. La gastronomía cuenta la historia de un lugar y como símbolo cultural de una comunidad es un elemento central de la experiencia turística. O sea que la experiencia global de visitar un destino turístico se acelera a través de la suntuosa gastronomía de un país o región (Shalini & Duggal, 2015).

Hoy en día, muchas personas viajan por motivos gastronómicos (Hall & Sharples, 2003; Long, 2004; Schlüter & Ellul, 2008). Es obvio que el viaje y la gastronomía siempre estuvieron asociados a las necesidades del ser humano. Pero el hombre viaja cada vez más para conocer y experimentar hábitos gastronómicos de otras culturas. De hecho, los turistas demandan una gastronomía que destaque la herencia y la cultura de un lugar (Gajic, 2015). En la actualidad, los turistas no buscan sólo degustar la gastronomía, sino también conocer su esencia, la forma en que surgió y cómo está enraizada en la cultura de un pueblo. Por lo tanto, la motivación gastronómica para visitar un destino no debe estar asociada sólo a una experiencia de sabores. También debe contemplar un aprendizaje relacionado con la participación activa en el proceso de la producción.

En la Isla de Madeira, la gastronomía constituye una motivación secundaria para visitar el destino. Según algunos estudios las principales motivaciones para visitar la región están