



CADERNOS DE ANÁLISE E PROSPETIVA

# CULTIVAR

N.9 | setembro 2017



**CULTIVAR**

**Cadernos de Análise e Prospetiva**

## **CULTIVAR**

### **Cadernos de Análise e Prospetiva**

N.º 9 | setembro de 2017

#### **Propriedade:**

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral

Praça do Comércio, 1149-010 Lisboa

Telefone: + 351 21 323 46 00

e-mail: geral@gpp.pt | website: www.gpp.pt

#### **Equipa editorial:**

**Coordenação:** Ana Sofia Sampaio, Bruno Dimas, Eduardo Diniz

Ana Filipe Morais, Ana Rita Moura, Carlos Alves, Edite Azenha,

Helena Sequeira, José Eduardo Reis, Manuel Loureiro, Pedro

Castro Rego, Rui Trindade

e-mail: cultivar@gpp.pt

#### **Colaboraram neste número:**

Alexandra Prado Coelho, Bertílio Gomes, Carlos Carvalho, Cristina

Hagatong, David Gouveia, Diogo Amorim, Francisco Bendrao

Sarmento, Gonçalo Bagulho Albino, João Pereira, José Avillez,

Jorge Monteiro, Kevin Gould, Maria João Lucas, Maria Manuel

Valagão, Rita Marques, Sofia Duarte, Vítor Barros

**Edição:** Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração  
Geral (GPP)

**Execução gráfica e acabamento:** Sersilito – Empresa Gráfica, Lda

**Tiragem:** 1000 exemplares

**ISSN:** 2183-5624

**Depósito Legal:** 394697/15

**CULTIVAR**  
**Cadernos de Análise e Prospetiva**

N.º 9 › setembro de 2017



# Índice

7/10 | EDITORIAL

## SECÇÃO I – GRANDES TENDÊNCIAS

13/21 | GASTRONOMIA PORTUGUESA: HERANÇAS ANTIGAS, DINÂMICAS MODERNAS  
*Maria Manuel Valagão*

23/29 | VAMOS COMER O QUE NOS RODEIA – E ISSO É SÓ O INÍCIO DA MUDANÇA  
*Alexandra Prado Coelho*

31/36 | A MARCA VINHOS DE PORTUGAL E SUA PROJEÇÃO PARA O CASO DA  
GASTRONOMIA PORTUGUESA  
*Jorge Monteiro*

37/44 | PAISAGENS ALIMENTARES E A (RE)INVENÇÃO DA GASTRONOMIA EM  
PORTUGAL  
*Francisco Bendrao Sarmento*

45/50 | A DIFERENCIAÇÃO NO SETOR CEREALÍFERO ALIADA À PANIFICAÇÃO  
ARTESANAL  
*Diogo Amorim*

## SECÇÃO II – OBSERVATÓRIO

53/60 | SOLO, COZINHA E MESA: CINCO “RECEITAS” PARA QUATRO QUESTÕES

61/70 | A BALANÇA ALIMENTAR PORTUGUESA 2012-2016

71/77 | A PATRIMONIALIZAÇÃO DA DIETA MEDITERRÂNICA

79/85 | GASTRONOMIA E PRODUTOS DE QUALIDADE

### SECÇÃO III – ASSUNTOS BILATERAIS E MULTILATERAIS

89/97 | SOBRE “O TERCEIRO PRATO – NOTAS SOBRE O FUTURO DA ALIMENTAÇÃO”  
DE DAN BARBER

Recensão do livro *The Third Plate – Field Notes on the Future of Food*

99/100 | MANIFESTO PARA O FUTURO DA COZINHA PORTUGUESA

Sangue na Guelra

101/104 | PATRIMÓNIO GASTRONÓMICO EUROPEU: ASPETOS CULTURAIS E EDUCATIVOS

Ficha de Leitura: *Relatório do Parlamento Europeu sobre o património gastronómico europeu: aspetos culturais e educativos*

105/107 | PROJETO PARA UM TURISMO GASTRONÓMICO SUSTENTÁVEL

Síntese sobre Projeto MedFest



# Editorial

EDUARDO DINIZ

*Diretor-Geral do GPP*

*“Comer é um ato incontornavelmente agrícola”<sup>1</sup>*

O presente número da Cultivar, com o tema *Gastronomia*, suscitou um debate no seio da equipa editorial relacionado com a dificuldade analítica e de parametrização do tema. Com efeito, quer na abordagem criativa da cozinha pelos *chefs* quer na defesa da cozinha tradicional, e na relação destas com os produtores, corre-se o risco de cair ou num romantismo identitário ou num mimetismo das últimas tendências da moda.

A nossa motivação ao promover esta edição prende-se com a convicção de que, por um lado, não há gastronomia sem produção agrícola e sem ligação ao território, pois o sabor começa no solo (ou no mar), e, por outro lado, os agricultores devem ver a gastronomia como fator de valorização da produção agrícola e de promoção das especificidades locais e regionais.

Para além disso, o tema gastronomia tem diferentes intervenientes que encaram ou se apropriam do conceito de modo distinto<sup>2</sup>. Com efeito, existem

---

<sup>1</sup> Wendel Berry, citado no livro de Dan Barber, *The Third Plate*, cuja recensão é apresentada na secção III desta edição.

<sup>2</sup> Neste número, entende-se Gastronomia como a conjugação de conhecimento, arte e tradição que através da combinação de métodos culinários sobre matérias-pri-

várias interações no domínio da gastronomia: cultura, relações sociais, culinária, turismo, agricultura, pesca, ambiente, dinamização dos territórios, etc. Ou seja, a gastronomia enquanto fator de desenvolvimento não esgota os seus ganhos no turismo, ampliando o seu efeito para essas outras áreas.

Cerca de 8% da produção agroalimentar destina-se aos serviços de alojamento e restauração e estimamos que o valor das exportações indiretas de bens agroalimentares através dos hotéis, alojamentos e restaurantes atinja cerca de 110 milhões de euros, correspondendo ao consumo em território nacional desses produtos por não-residentes nessas unidades (ver anexo ao primeiro artigo da secção II).

Para além da criatividade individual e da multiplicidade da oferta de produtos, é a ligação ao território, simultaneamente recuperando e inovando tradições seculares e experimentando o que a terra efetivamente dá, que permite uma verdadeira diferenciação em termos de sabores, texturas e cheiros, fatores determinantes de uma gastronomia de excelência.

---

mas agrícolas e piscatórias oferece experiências alimentares que proporcionam gosto e prazer e podem contribuir para construir uma identidade territorial ou cultural própria.

A gastronomia e a cozinha são, nas sociedades crescentemente urbanizadas, meios privilegiados de ligação das pessoas ao território, ao campo, à diversidade vegetal e animal, pelo que possibilitar o acesso a diferentes sabores, a todos os consumidores, deve constituir um objetivo dos seus intervenientes. A gastronomia, seja a alta cozinha ou a cozinha tradicional, são coerentes se forem um ato criativo no fim de uma cadeia que começa na produção das matérias-primas alimentares e termina, numa ligação contínua, numa refeição individual ou em comunhão. A criatividade culinária, caso se reduza a um ato de alienação criativa, é um exercício não sustentável que separa artificialmente a alimentação do meio.

Na alimentação, mesmo tendo em conta excessos indulgentes ou défices individuais voluntários, não é só a oferta que deve respeitar a procura. A procura também deve respeitar a oferta, as suas peculiaridades locais e os seus ritmos sazonais. Esse é um equilíbrio que equivale ao termo sustentabilidade e é um elemento que confere valor à gastronomia, pois a banalização rapidamente leva ao desinteresse e à sua desvalorização.

Como é referido por Maria Manuela Valagão no seu contributo para a Secção “Grandes Tendências”, a “*nossa cozinha é a paisagem posta na panela [e] a*



Slide: Flor de cardo usada para fazer coalho

Azeitão, INIA, NTLD, 1992, Coleção do acervo do MAFDR

*recuperação das cozinhas tradicionais e dos produtos alimentares que as constituem é também uma forma de valorizar as especificidades territoriais e das suas paisagens. Estas, por sua vez, são resultado da simbiose entre património natural e património cultural, através de uma presença humana concertada com o equilíbrio ambiental.”* A autora defende uma patrimonialização destes recursos alimentares do nosso meio rural, não apenas numa perspectiva de conservação, mas sobretudo enquanto meio para gerar desenvolvimento económico nessas zonas.

Também Alexandra Prado Coelho alerta para a falta de relevo que os produtores têm tido no sucesso crescente e visibilidade da gastronomia nacional: “*Numa época em que os chefs atingiram um estatuto de estrelas, parece-me injusto que não se olhe mais atentamente para o trabalho dos agricultores e produtores. Felizmente, a pouco e pouco, esta ideia tem feito o seu caminho e, se bem que ainda não tenhamos produtores nas capas das revistas, temos já muitos chefs que aproveitam a visibilidade que conquistaram para (...) promoverem (...) também os produtores com os quais trabalham.”* Com efeito, depois de sublinhar o facto que separar produtores e restaurantes é um erro, a jornalista interroga-se sobre que estratégia existe para a promoção da gastronomia portuguesa internacionalmente. Conclui que existem várias iniciativas dispersas que não permitem uma visão de conjunto, sendo necessária uma maior coordenação e união de esforços. Aponta ainda para a importância da transmissão do conhecimento sobre estes temas, reforçando, em particular, a ligação entre o que se come nas escolas e os produtos e produtores locais.

Estas preocupações são retomadas no artigo de Jorge Monteiro que se interroga sobre a capacidade de replicação da experiência da marca *Vinhos de Portugal* para o setor mais alargado da gastronomia, colocando diversas questões pertinentes, depois de fazer uma resenha sobre o (difícil) caminho percorrido na construção desta marca. Recorda

que o sucesso só foi possível através da conjugação dos esforços dedicados dos vários intervenientes, privados e públicos, com um objetivo muito determinado de promover internacionalmente um produto com uma identidade única. Uma organização interprofissional como a ViniPortugal desempenhou também um papel importante *“não defendendo nem promovendo valores ou interesses particulares, desta ou daquela parte do setor, mas sim visando um interesse coletivo, em que todos, associados ou não associados, virão a beneficiar, mas sobretudo será o País o principal beneficiado.”*

Francisco Bendrao Sarmento elabora uma análise sobre a gastronomia em Portugal, e a sua (re)invenção. Partindo do *Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa* (documento subscrito por vários dos principais *chefs* da cozinha nacional e apresentado na secção III), reflete sobre as ameaças e oportunidades desta valorização da identidade culinária portuguesa e do seu papel na atração de turismo. *“Esta valorização deveria assim contribuir para níveis acrescidos de coerência entre os sistemas agrários tradicionais, as paisagens e os serviços em nome dela oferecidos, ou seja, à (re)invenção da gastronomia tradicional em curso deve corresponder uma (re)conexão entre sistemas e paisagens alimentares tradicionais.”* Contudo, assiste-se a uma erosão da cultura alimentar tradicional derivada do facto de a alimentação se ter separado da família, do prazer e da espiritualidade, ou seja da relação com o mundo natural envolvente. O autor refere ainda o contributo que a FAO pode prestar neste domínio, através do programa de identificação e conservação dinâmica de sistemas de património agrícola.

Através do contributo de Diogo Amorim, é-nos relatado um caso real da relação entre os operadores ao longo da cadeia da produção de que resultou a oportunidade de apresentação na panificação artesanal de matéria-prima cerealífera diferenciada. Partindo da contextualização das dificuldades de produção e fornecimento de cereais panificáveis nas condições produtivas em Portugal, são descritas as

características e etapas que a escolha de variedades, a produção agrícola e a produção industrial (moagem, amassadura, fermentação, cozedura) podem ter no produto final – o pão. Embora o pão seja um alimento central da gastronomia nacional, o seu uso generalizado e de conveniência ainda não permitiu difundir as diferenças que o produto final tem em termos nutricionais, de sabor e aroma, algo que se for percebido pelo consumidor nacional pode potenciar o uso das nossas variedades tradicionais.

A abrir a secção Observatório, considerou-se relevante apresentar uma análise sobre a forma de materializar a oferta ao consumidor final de produtos genuínos dos sistemas agrícolas nacionais, particularmente num contexto de negócio (em anexo, alguns dados sobre as relações entre o setor produtivo e o setor do alojamento e restauração). Desta forma o GPP, partindo de quatro questões, contactou diretamente os agentes no terreno. Recolheram-se experiências desde elementos mais criativos, com uma vertente artística muito acentuada sem contudo deixarem de ter uma vida empresarial intensa, até à vertente mais pragmática mas também inovadora de uma ligação muito estreita à produção. Divulgamos no texto “Solo, Cozinha e mesa: cinco receitas para quatro questões” os depoimentos de José Avillez, Bertílio Gomes, Kevin Gould, João Pereira e Gonçalo Bagulho Albino.

Nesta secção, está também disponível um contributo de Carlos Carvalho, do INE, com a análise dos resultados da Balança Alimentar Portuguesa para o período 2012 a 2016. Neste texto, destaca-se que a comparação da distribuição das quantidades de produtos alimentares disponíveis diariamente para consumo *per capita* apuradas com o padrão alimentar recomendado pela Roda dos Alimentos revela uma distorção do padrão das disponibilidades face ao recomendado, com destaque para o consumo de carne, pescado e ovos (+11%) e gorduras e óleos (+4%) e um consumo em défice no caso das frutas e hortícolas (-7%).

Vitor Barros, do INIAV, elabora um enquadramento e um ponto de situação sobre a Dieta Mediterrânica e o acompanhamento que a sua divulgação tem tido em Portugal. É apontada a preocupação com o desvio que o padrão de consumo nacional tem tido do padrão desta dieta, embora seja também reportado algum otimismo com o aumento da consciencialização dos seus benefícios. Para tal terá contribuído um conjunto alargado de iniciativas internacionais e nacionais, desde instituições como a UNESCO e FAO, ao envolvimento da universidade, dos serviços dos ministérios da saúde e agricultura e ainda das autarquias.

Através de uma colaboração entre o GPP e a DGADR, apresenta-se ainda um documento sobre as relações entre regimes de qualidade, gastronomia e desenvolvimento do território, com os números mais recentes relativos a estes regimes.

Na secção III, assume destaque uma recensão do livro “O Terceiro Prato” de Dan Barber que, de certa forma, sintetiza os conceitos e análises que foram sendo desenvolvidos ao longo desta edição da Cultivar. Este livro de um conhecido *chef* americano permite de uma forma abrangente e integrada compreender que todas as gastronomias importantes e interessantes foram construídas em torno do seguinte princípio: retirar a maior nutrição possível e o melhor sabor possível de recursos limitados, através de uma micronegociação entre os agricultores e a paisagem, entre o que a terra pode forne-

cer e aquilo que é possível fazer para apoiar essa oferta. Ou seja, as grandes gastronomias estão em sintonia com um sistema alimentar que celebra uma ecologia ou um lugar. As fronteiras entre cozinheiro, agricultor e consumidor vão-se esbatendo à medida que se difunde a ideia de que aquilo que comemos começa muito antes de chegar à cozinha. O papel dos *chefs* e dos consumidores será o de incentivar os produtores e os cientistas a produzirem comida saudável, “verdadeiramente deliciosa” (uma expressão que Barber utiliza com frequência) e nutritiva. A tarefa de otimizar o sabor, promover o ambiente e desenvolver a economia é uma responsabilidade de todos.

Apresentamos de seguida o *Manifesto da Cozinha Portuguesa*, defendido publicamente por um conjunto significativo de *chefs* em maio de 2017, correspondendo a uma “*vontade, tantas vezes expressa (...), de mais partilha, união e trabalho conjunto nas cozinhas, nas regiões, no país*”, e que nos parece corresponder a um momento particular vivido pela gastronomia portuguesa que está em linha com este número.

Finalmente, um resumo do Relatório que o Parlamento Europeu aprovou em 2014 sobre o património gastronómico europeu e os seus aspetos culturais e educativos, e ainda uma breve explicação sobre em que consiste o MedFest, um projeto muito interessante de turismo gastronómico sustentável.

# GRANDES TENDÊNCIAS

---

## **CULTIVAR**

v.t. *TRABALHAR A TERRA PARA TORNÁ-LA FÉRTIL.*

# Gastronomia portuguesa: heranças antigas, dinâmicas modernas\*

MARIA MANUEL VALAGÃO

Investigadora do IELT/FCSH, Universidade Nova de Lisboa

Na sua íntima relação com a paisagem, com a cultura e com o território, as tradições alimentares constituem-se, atualmente, como um dos pilares que sustentam toda uma série de iniciativas de desenvolvimento. Neste artigo, começamos por situar o contexto da valorização das tradições alimentares e de como este conceito evoluiu, dando lugar a um outro mais abrangente – “as gastronomias locais” –, inserindo-o, de seguida, na paisagem, no território e na cultura que lhe são próprios.

As gastronomias locais traduzem um conjunto de legados históricos que identificam e distinguem os territórios e a evolução das suas populações, por isso são, atualmente, alvo de particular interesse e entu-

*As gastronomias locais traduzem um conjunto de legados históricos que identificam e distinguem os territórios e a evolução das suas populações, por isso são, atualmente, alvo de particular interesse e entusiasmo, quer por parte dos consumidores, quer por parte dos agentes de desenvolvimento.*

*Natureza, gastronomia e lazer, por via da tradição e da inovação alimentar, formam assim uma trilogia indissociável.*

siasmo, quer por parte dos consumidores, quer por parte dos agentes de desenvolvimento. Entre estas gastronomias, usufruem de notoriedade especial as que se situam nos territórios mediterrânicos, onde as austeras condições de produção agrícola, forja-

ram práticas alimentares assentes na parcimónia dos recursos. Trata-se de uma herança de extrema frugalidade alimentar, que explica a sua identidade caracterizada pela escassez de alimentos de origem animal, integrando também as muitas memórias da fome que estão na origem da tão característica mobilidade destes povos em busca de melhores condições de vida. E são precisamente essas heran-

ças, essas memórias que são alvo, nos nossos dias, de diferentes olhares que vão no sentido de enalte-

cer este tipo de práticas alimentares antigas e de as reinterpretar à luz das novas tendências da cozinha contemporânea e das gastronomias modernas.

Natureza, gastronomia e lazer, por via da tradição e da inovação alimentar, formam assim uma trilogia

\* Texto baseado em Valagão, M. M. (org.) (2009), *Natureza, Gastronomia & Lazer. Plantas silvestres alimentares e ervas aromáticas condimentares*, Lisboa, Ed. Colibri e em Valagão, M. M. (2011), “Dieta Mediterrânica, Património Imaterial da Humanidade”. *Revista da APH (Associação Portuguesa de Horticultura)*, 105: 23-27, Lisboa.

indissociável. Constituído-se como um domínio de reinvenção das práticas alimentares tradicionais, esta trilogia representa um dos eixos de valorização das produções agrícolas de qualidade e dos saberes-fazer tradicionais. Isto porque a valorização das potencialidades e recursos endógenos de um determinado espaço físico e cultural surge no âmbito da procura de soluções inovadoras e economicamente viáveis para a manutenção e diversificação da atividade agrícola familiar e para a fixação das populações. Em última análise, para o não abandono dos campos.

Ora, não deixa de ser interessante que essas “soluções inovadoras” se fundamentem em grande parte no redescobrir de velhas complementaridades entre sistemas produtivos, alimentares e culturais, que coexistiam na vida familiar e na sociedade rural e que se foram desarticulando por via dos processos de terciarização da sociedade. Mas estes processos, se num primeiro tempo parecem prescindir das tradições e de todos os seus paradigmas, nomeadamente o das “carências alimentares” que caracterizam grande parte das tradições alimentares, a dado momento, fazem eles próprios emergir a procura por aquilo que foi abandonado. Ou seja, quando as condições e o nível de vida atingem um “patamar de saciedade”, emerge a busca pelos produtos tradicionais e práticas de lazer centradas no território e no seu património alimentar. Há quem procure uma cozinha de aromas ou quem privilegie o uso de produtos com uma ligação direta ao local de produção ou, se possível, uma ligação de

***... a valorização das potencialidades e recursos endógenos de um determinado espaço físico e cultural surge no âmbito da procura de soluções inovadoras e economicamente viáveis para a manutenção e diversificação da atividade agrícola familiar e para a fixação das populações. Em última análise, para o não abandono dos campos.***

***O agricultor, produtor e garante da sobrevivência alimentar da família, foi, ao longo da história milenar do nosso território, adotando, adaptando e melhorando quer as variedades dos produtos, quer as técnicas de produção e conservação. Lutando contra a adversidade da natureza, da qual se tornou guardião, foi evoluindo no modo de se alimentar. Tudo isto obviamente consubstanciado no prazer dos sabores.***

proximidade. Esta tendência manifesta-se, por exemplo, na procura de verduras frescas, pequenos frutos e todo o conjunto de hortícolas de espécies autóctones. Interesse visível também através do renascer das pequenas hortas, onde se associam as motivações

contemplativas com as funcionais, através da cultura das verduras ou outros produtos hortícolas para fins alimentares. Acresce ainda salientar que a domesticação de algumas plantas silvestres se tornou indispensável, não só para a proteção das espécies em risco de extinção através de um consumo exagerado, mas também para garantir o seu fornecimento de forma regular.

Salvaguardar quer as sementes quer os saberes agrícolas inerentes à produção e conservação de alimentos, quer as práticas culinárias que os transformam em pratos apetecíveis e equilibrados é uma responsabilidade partilhada com as comunidades locais, visando antes de mais a preservação e a transmissão destes saberes no conjunto daquele património alimentar. Por sua vez, estes produtos são eles próprios tributários dos recursos agrícolas e dos “saberes-fazer” locais que lhes estão associados. O agricultor, produtor e garante da sobrevivência alimentar da família, foi, ao longo da história milenar do nosso território, adotando, adaptando e melhorando quer as variedades dos produtos, quer as técnicas de produção e conservação. Lutando contra a adversidade da natureza, da qual se tornou guardião, foi evoluindo no modo de se alimentar. Tudo isto obviamente consubstanciado no prazer dos sabores.



## Tradições alimentares e gastronomias locais

Depois de termos assistido à desertificação dos campos, ao êxodo para as cidades, em busca de uma vida melhor, essa natureza deixada para trás tornou-se alvo de novos olhares. A paisagem de recursos tangíveis – arvoredo, plantas, recursos alimentares, comunidades, horizontes –, habitada por outros tantos contornos intangíveis – cultura oral, saberes, modos de ser –, é classificada como património a preservar e a valorizar. Reconhecidos como endógenos, estes recursos podem ser geradores de novas dinâmicas de desenvolvimento local, nomeadamente quando integrados em práticas de lazer, que articulem entre si a fruição da natureza e das alimentações tradicionais. Aliás, a crescente interdependência da trilogia referida de natureza, gastronomia e lazer no processo de valorização dos territórios rurais equaciona a necessidade de conceber projetos ou estratégias de desenvolvimento multifuncional e integrado que potenciem a atual atratividade das paisagens, dos modos de vida e dos recursos. Nestes últimos, interessam-nos particularmente os recursos alimentares locais, bem como os saberes que lhes estão associados. Uns e outros consubstanciam as tradições alimentares que deram lugar às gastronomias locais.

Num contexto de liberdade de escolha alimentar, regressar às tradições é, atualmente, aceite como uma prática gastronómica, razão pela qual se alargou o âmbito do conceito, para apoiar dinâmicas de valorização das tradições alimentares ancestrais e genuínas de um território. Passou a generalizar-se o uso da gastronomia local, sobretudo, quando se trata de dinamizar as tradições alimentares. Todavia, estas dinâmicas ocorrem num contexto de declínio crescente das cozinhas tradicionais, quer ao

nível dos procedimentos culinários, quer ao nível da qualidade dos produtos que lhe conferem a especificidade.

Num momento em que tanto se fala da notoriedade do modelo alimentar mediterrânico, aquele onde se inserem grande parte das nossas tradições, apercebemo-nos de que, nas últimas três décadas, nos afastámos das suas principais características, adotando aquilo que se convencionou designar por “modelo de consumo alimentar ocidental”. Tal mudança reflete-se tanto nas consequências para a saúde individual, favorecendo o aparecimento de doenças metabólicas degenerativas devido ao grande aumento do consumo de alimentos ricos em gorduras saturadas e açúcares, como na sustentabilidade do mundo rural.

***Passou a generalizar-se o uso da gastronomia local, sobretudo, quando se trata de dinamizar as tradições alimentares. Todavia, estas dinâmicas ocorrem num contexto de declínio crescente das cozinhas tradicionais, quer ao nível dos procedimentos culinários, quer ao nível da qualidade dos produtos que lhe conferem a especificidade.***

Conhecer os usos alimentares tradicionais, divulgando a importância da conservação e valorização das espécies autóctones que lhes conferem as especificidades, significa também contribuir para a manutenção da diversidade dos saberes e das identidades gastronómicas locais. Em última

análise, para as promover no contexto urbano como soluções alimentares, simples, saudáveis e rápidas. O interesse associado às cozinhas com base em aromas e verduras frescas de qualidade manifesta preocupações de natureza diversa por parte do consumidor. Para além do prazer que sabores agradáveis proporcionam, aos quais se alia a promoção da própria saúde, o interesse por este tipo de cozinhas revela também o sentido de consumos alimentares cujos modos de produção agrícola sejam amigos do ambiente e contribuam para revitalizar a pequena agricultura.

Neste quadro, reabilitar antigas práticas alimentares tornou-se fonte de assumido interesse, quer para os

estudiosos nesta área, quer para os decisores públicos e outros agentes de desenvolvimento. Uma das propostas que vem emergindo é a reconstrução da cultura gastronómica local como uma das componentes das novas dinâmicas de territorialização das práticas de lazer e de consumo alimentar. E com ela despontam as interrogações: como analisar o renascer do interesse pela natureza ou pelas culturas alimentares locais? Como perceber o interesse pelo património? Como integrar as temáticas da sustentabilidade e da multifuncionalidade nas estratégias de desenvolvimento de um território?

Hoje em dia, falar de sustentabilidade implica uma abordagem integrada, em que as heranças do passado se imbricam na modernidade. Recuperar e perceber quais são os fundamentos das tradições, nomeadamente alimentares e gastronómicas, tornou-se uma vertente incontornável a ser integrada em dinâmicas de desenvolvimento. Conferir-lhes um significado, transformando-as num valor económico, explica, em parte, a conhecida citação de Afonso de Barros: “O espaço rural passou de espaço de onde se vem para espaço para onde se vai, de espaço de repulsão para espaço de atração, de espaço predominantemente agrícola para espaço predominantemente simbólico”<sup>1</sup>. Esta ideia enuncia a complexidade da questão. Tanto mais complexa quanto, do nosso ponto de vista, este “espaço simbólico” aqui enunciado, se refere sobretudo às componentes tangíveis contidas na responsabilidade ambiental, social e sensorial pela qual a produção agrícola se deve reger. Obviamente que está também em causa o modo como as

modernas dinâmicas de desenvolvimento se devem centrar na cultura, na tradição, nos bens coletivos, identitários e patrimoniais. Sem esquecer que cabe conservar e transmitir às gerações vindouras estes valores, mas também potenciá-los enquanto recursos passíveis de gerarem alternativas económicas. E, claro, um desses recursos, como temos vindo a explicitar, é a gastronomia local.

**... falar de sustentabilidade implica uma abordagem integrada, em que as heranças do passado se imbricam na modernidade. Recuperar e perceber quais são os fundamentos das tradições, nomeadamente alimentares e gastronómicas, tornou-se uma vertente incontornável a ser integrada em dinâmicas de desenvolvimento. Conferir-lhes um significado, transformando-as num valor económico ...**

Aliás, a grande relevância das gastronomias tradicionais, enquanto conteúdos culturais das motivações turísticas é, inequivocamente, reconhecida no nosso país, através da sua promoção como património cultural nacional<sup>2</sup>. Esta decisão legítima não só as suas dimensões culturais, enquanto símbolo identitário, como também apela

ao seu conhecimento e divulgação, nomeadamente com fins de valorização económica dos territórios.

Começemos por fazer o seu enquadramento, reencontrando a paisagem, o território e a cultura que lhes são próprios.

## **Paisagem, território e cultura**

A par da gastronomia, a paisagem e os elementos que configuram os territórios rurais estão hoje profundamente associados aos conceitos de natureza e de ambiente. No imaginário coletivo, são encarados como um valioso património natural a preservar e valorizar (José Neiva, 2007). Situemo-nos, por exemplo, no Alentejo, numa paisagem dominada

<sup>1</sup> Afonso de Barros, citado por Joaquim, Graça (1997), “Da identidade à sustentabilidade ou a emergência do «turismo responsável»”, in *Sociologia – Problemas e Práticas*, n.º 23, Lisboa, CIES, pp. 71-100.

<sup>2</sup> Consultar, a este propósito, o documento legislativo: *Gastronomia como Património Cultural Nacional*, Resolução do Conselho de Ministros n.º 96/2000, de 26 de Julho, Lisboa, Portugal, 2000. <http://data.dre.pt/eli/resolconsmin/96/2000/07/26/p/dre/pt/html>

pelo montado, na qual essa revalorização, numa perspetiva tanto ambiental e cultural, quanto económica, se insere numa conceção destes espaços enquanto patrimónios multifuncionais e intergeracionais. Esta valorização patrimonial só será eficaz se congregar tanto funções produtivas e funções culturais, quanto ambientais, recreativas, pedagógicas, simbólicas e estéticas.

Destas, interessam-nos, particularmente, as que se relacionam com a cultura culinária rural, que é a base da cozinha familiar tradicional e que constitui uma das manifestações da identidade mediterrânica, a melhor conhecer e preservar. Acresce que, se “a nossa cozinha é a paisagem posta na panela”<sup>3</sup>, a recuperação das cozinhas tradicionais e dos produtos alimentares que as constituem é também uma forma de valorizar as especificidades do território e das suas paisagens. Estas, por sua vez, são o resultado da simbiose entre património natural e património cultural, através de uma presença humana concertada com o equilíbrio ambiental. A paisagem contribui, pela sua singularidade, para a identidade local e reflete a história e a interação entre a população local e a natureza. Contém em si mesma muito do processo da produção alimentar e da sua evolução.

Em Portugal, o montado é um dos sistemas que marca profundamente a paisagem dos territórios e que reflete a intervenção humana no seu entorno, com vista a responder a necessidades específicas. Trata-se de um sistema de utilização multifuncional e sustentada da paisagem do Sul e dos seus recursos

– que integra formas de aproveitamento das árvores, sejam elas o sobreiro, a azinheira ou o pinheiro manso – e de produtos agroflorestais dos outros estratos da paisagem. Estes são constituídos por pastagens, matos, apicultura, exploração de plantas aromáticas e medicinais, bem como de cogumelos silvestres, caça, entre outros. Integram-no, também, formas de povoamento próprias, que se estruturam em aldeias, em quintas, em quintinhas e montes nas herdades. Em todos se observa o aproveitamento simultâneo dos recursos silvestres com os dos produtos das hortas e hortejos onde crescem espécies, autóctones e naturalizadas, com uso alimentar. Os saberes relacionados com a utilização destes recursos florestais e agroflorestais fazem parte do património cultural e traduzem formas tradicionais de aproveitamento do património natural, que são também uma forma de gestão e de conservação da paisagem. Constituem-se como marcos de continuidade da presença humana nesse espaço. Todos estes recursos são parte integrante da biodiversidade local, assim como da identidade cultural e alimentar.

**... se “a nossa cozinha é a paisagem posta na panela”, a recuperação das cozinhas tradicionais e dos produtos alimentares que as constituem é também uma forma de valorizar as especificidades do território e das suas paisagens. Estas, por sua vez, são o resultado da simbiose entre património natural e património cultural, através de uma presença humana concertada com o equilíbrio ambiental.**

É com este pano de fundo que colocamos em primeiro plano a atenção para recursos agroflorestais por vezes ignorados ou com pouca visibilidade nos processos de produção alimentar. Trata-se das plantas silvestres alimentares, de coleta espontânea, que crescem durante a Primavera. Também são designadas, muitas vezes, por “plantas bravias” ou ervas daninhas das culturas. Destas, interessam-nos as que têm utilidade alimentar e nutricional<sup>4</sup>, às quais

<sup>3</sup> Josep Pla, citado por Santi Santamaria, 2008: 255, a propósito das razões do declínio da cozinha tradicional catalã.

<sup>4</sup> No texto, por razões de comodidade de leitura, utilizamos indistintamente as designações de plantas silvestres alimentares, ervas silvestres alimentares ou plantas bravias comestíveis.

se associam outras, as conhecidas ervas aromáticas condimentares, espontâneas – como o orégão, poejo, tomilho, alecrim e tantas outras – ou cultivadas, como são, por exemplo, o coentro, a hortelã e outras que integram as tradições culinárias locais.

No Sul do país, estes recursos alimentares constituem um sinal distintivo da cozinha familiar, que importa identificar, valorizar, em suma, patrimonializar, para que não se percam nem os saberes a eles associados, nem as espécies que lhes conferem sabores específicos. Ainda mais, porque, sendo a gastronomia parte integrante do património cultural de um território, a sua interpretação e conhecimento articulam-se com a história dos recursos locais e da paisagem, os quais se assumem como elementos-chave de valorização patrimonial e turística.

“O termo ‘património’ relaciona-se, entre muitas outras aceções, com algo legado pelo passado, mais ou menos ‘passado’, que se quer conservar. Por sua vez, patrimonializar, significa ‘converter’ em património, construir ‘património’, a partir de elementos pré-existentes, selecionados entre outros que não se incluem neste processo” (Contreras, 2007:18).

Contribuir para a patrimonialização destes recursos alimentares, enquanto sinais distintivos da história alimentar do mundo rural, significa, no nosso entender, criar dispositivos que permitam não só conservá-los, mas, sobretudo, utilizá-los e gerar dinâmicas económicas de fixação das populações nestas zonas.

No âmbito dos recursos locais e das práticas alimentares tradicionais, os territórios do nosso país com características mediterrânicas ocupam um lugar de destaque nas motivações turísticas e apresentam um potencial inestimável de recursos naturais,

nomeadamente, agroflorestais, bem como de saberes tradicionais, que urge valorizar.

O modo alimentar mediterrânico recobre situações tão diversificadas, que seria muito redutor defini-lo genericamente para todas as zonas mediterrânicas, com diferente história, embora com idênticas características de flora e de fauna. O nosso país, que “*é mediterrânico por natureza, atlântico por posição*”<sup>5</sup>, constituiu, até há pouco tempo, uma das raras exceções onde ainda se podia identificar este modelo, com toda a sua riqueza de legados históricos, de práticas seculares e de diversidade de produtos.

Geógrafos e historiadores consideraram que o Mediterrâneo se estende “até onde chegam as oliveiras”. Ora a oliveira cultiva-se por todo o continente português. Assim sendo, a alimentação mediterrânica seria praticada em todo este espaço geográfico.

A cozinha mediterrânica é conhecida como sendo uma cozinha de aromas e de verduras. A utilização culinária de produtos hortícolas,

nomeadamente de verduras em abundância, e de ervas aromáticas condimentares, assim como de um conjunto de recursos silvestres/agroflorestais representa um dos aspetos emblemáticos das tradições alimentares das zonas mediterrânicas, como também, um dos seus princípios ou características saudáveis. Neste contexto, as espécies silvestres alimentares – particularmente ricas em nutrientes essenciais, tais como sais minerais, vitaminas e ácidos gordos essenciais – são, atualmente, alvo de um interesse crescente por “nichos de mercado” que procuram conhecer verduras diferentes ou diversificar a sua alimentação, experienciando sabores que lhes são específicos. Para além de serem saudáveis, dão cor e sabor aos pratos, o que justifica o entu-

***Contribuir para a patrimonialização destes recursos alimentares significa criar dispositivos que permitam não só conservá-los, mas, sobretudo, utilizá-los e gerar dinâmicas económicas de fixação das populações nestas zonas.***

<sup>5</sup> Pequito, Rebelo (1929), *A Terra Portuguesa*, p. 55, citado por O. Ribeiro, *op. cit.*, p. 39.

siasmo recente observado em torno destas espécies bravias comestíveis.

Satisfazer a curiosidade e a necessidade dos consumidores que, eventualmente, desejem praticar um tipo de culinária mediterrânica, essa cozinha de aromas e verduras, passa por desencadear toda uma série de ações que vão no sentido de divulgar a importância não só dos produtos alimentares, mas também de pôr em evidência a importância do património alimentar, no seu conjunto.

### O projeto do Ecomuseu de Recursos Florestais em Vendas Novas

Um dos desafios implícitos nas “novas dinâmicas” dos territórios rurais consiste, precisamente, na organização de “olhares de dimensão local e regional, que possam ajudar ao desenvolvimento de atividades sustentáveis, dando visibilidade à nossa memória coletiva, permanentemente reestruturada pela marcha inexorável da história” (Joaquim, G. e Moreira, R., 2006: 207). Esses “olhares” configuram-se em formas de lazer que articulam o passado e o presente e materializam a relação tradição/ inovação. Erguem-se como parte importante na definição de estratégias de desenvolvimento local, pelo aproveitamento, promoção e valorização dos recursos endógenos de uma dada região. A par da temática associada ao valor ambiental das regiões – valores cénicos das paisagens e da natureza –, a gastronomia apresenta-se como elemento central na definição da trilogia natureza, gastronomia e lazer. Com efeito, é em torno desta trilogia que parecem estruturar-se algumas alternativas para a “definição de um futuro multifuncional para o espaço rural e para a agricultura”<sup>6</sup>.

*As plantas silvestres alimentares e as ervas aromáticas condimentares são recursos endógenos identitários da gastronomia local, e constituem um potencial a valorizar...*

O revisitar de formas de produção agrícola, de preparação culinária e de práticas de consumo dos sistemas alimentares tradicionais direcionam-nos para a reconstrução da memória e identidade dos lugares. Aqui chegados, estamos no plano de articular tradição com inovação alimentar. As plantas silvestres alimentares e as ervas aromáticas condimentares, no conjunto dos recursos endógenos, constituíram-se como um tema federador de uma experiência/projeto de desenvolvimento experimental e demonstração.

O objetivo principal desta experiência foi o de sensibilizar para a importância da constituição de um Ecomuseu de Recursos Florestais, criando um núcleo museológico de plantas silvestres alimentares e ervas aromáticas condimentares, para fins de turismo cultural e gastronómico. Este projeto decorreu numa herdade da Fundação da Casa de Bragança, em parceria com a Escola Agrícola D. Carlos I, em Vendas Novas, Évora.

As plantas silvestres alimentares e as ervas aromáticas condimentares são recursos endógenos identitários da gastronomia local, e constituem um potencial a valorizar, nomeadamente com fins pedagógicos e de lazer. De ressaltar, como referimos atrás, quanto a sua preservação e valorização podem constituir uma via de desenvolvimento local. Para tal, procurou-se interpretar e organizar os saberes relacionados com esses recursos e outros mais especializados, em torno de uma iniciativa que tivesse não só uma função demonstrativa e pedagógica, mas também uma função económica.

O nosso contributo consistiu numa experiência de domesticação de algumas espécies de plantas sil-

<sup>6</sup> Sobre o desenvolvimento desta temática, consultar Guy Paillotin, *Tais-toi et mange*, 1999, bem como M. M. Vala-

gão, “The reinvention of food traditions and new uses of countryside” in Montanari, A. (ed.), *Food and Environment. Geographies of Taste*, Roma, Home of Geography Publications Series, 2002, p. 40.

vestres comestíveis, em conjunto com a cultura de espécies autóctones de ervas aromáticas condimentares, através da criação de um núcleo pedagógico – um horto. A domesticação pode ser feita através da conservação *ex-situ*, ou seja, pela manutenção e/ou recuperação das espécies fora do seu habitat, mas sempre em condições ecológicas favoráveis. Um horto é o local ideal para este tipo de conservação, podendo também servir para ajudar a repovoar os habitats naturais das plantas.

Em suma, tratou-se de integrar as temáticas do património com as da conservação da natureza, com a história agroflorestal e ainda com aspetos identitários da gastronomia.

Desta experiência havia que extrair ilações e equacionar as interrogações que emergiram. Estamos perante um processo complexo, cujo desafio maior é, afinal, refletir e organizar práticas e processos sociais, que articulem atores locais e que contribuam para um desenvolvimento seguro, do ponto de vista económico, social e ambiental. Concluímos que é possível fazê-lo, com base na temática das plantas silvestres alimentares e das ervas aromáticas condimentares. Porém, como prosseguir com sustentabilidade? Será que a promoção do seu consumo pode, de alguma forma, contribuir para criar serviços locais que mantenham a dinâmica dos povoados rurais? A par da fixação de população, torna-se necessário discutir o investimento em atividades e serviços que respondam às necessidades de certos nichos de mercado, nomeadamente o prazer de passear, com a preservação das características ambientais e sociais dos locais que se visita e a autenticidade dos produtos disponíveis para o consumo.

A paisagem e os seus recursos naturais e patrimoniais estão no centro de atividades de redesco-

berta e interpretação do território, correspondendo a novas práticas de lazer, ligadas ao turismo cultural, gastronómico e de natureza em espaço rural. E não só. Isto porque as tendências globais, o desejo crescente de aproximação à natureza, de “retorno à terra” se podem consubstanciar também em outras práticas de lazer urbanas. Ou seja, as tradições da cozinha mediterrânica podem ser vivenciadas no meio urbano, através da experimentação das práticas culinárias que lhe são inerentes, como men-

cionámos anteriormente. E é, precisamente, no meio urbano que mais se consomem, atualmente, estas ervas silvestres alimentares, que se integram nas práticas culinárias mediterrânicas do passado.

No contexto desta experiência, a estruturação de iniciativas de divulgação, tendo como elemento central a gastronomia, em articula-

ção com a natureza e o património, implicou, antes de mais, a necessidade de conhecer o património rural que forjou a identidade alimentar local, transformando-a num potencial de atração turística e num valor económico.

Constatámos que as recordações das pessoas sobre estas matérias eram indissociáveis da sua história de vida, dos ciclos de trabalho nos campos, em geral, e no montado, em particular. As próprias lembranças da paisagem, do montado e das comidas surgiam como uma memória integrada, traduzida em testemunhos de uma grande riqueza e sabedoria e que refletiam ainda o conjunto de mudanças que se fizeram sentir naquele território.

No futuro, será necessário encontrar fórmulas para partilhar bens escassos (água potável, solo arável, energia), o que exigirá práticas e condutas regidas pela ética, pela partilha e pela generosidade. O

***O grande desafio será o de inventar uma nova ética, assente na partilha de responsabilidades, na equidade dos recursos alimentares, dos bens de produção. Nesta lógica, é já consensual o papel primordial da educação, para a tomada de consciência da problemática alimentar, bem como dos problemas ambientais, globais e locais, com vista à responsabilização individual, face ao consumo alimentar, e a uma mudança de atitudes.***

grande desafio será o de inventar uma nova ética, assente na partilha de responsabilidades, na equidade dos recursos alimentares, dos bens de produção. Nesta lógica, é já consensual o papel primordial da educação, para a tomada de consciência da problemática alimentar, bem como dos problemas ambientais, globais e locais, com vista à responsabilização individual, face ao consumo alimentar, e a uma mudança de atitudes. Não é uma figura de retórica, é uma urgência que nos bate à porta. Temos um papel a desempenhar na mobilização de todos os setores da sociedade nesse sentido.

Quando se tem o privilégio de herdar um património gastronómico e alimentar tão singular, é-se igualmente responsável por perceber quanto esses alimentos exprimem e mobilizam aspetos tangíveis, como os que acabámos de referir, e igualmente intangíveis – saberes transmitidos oralmente, etc. – que precisamos de manter vivos e aos quais temos de dar continuidade.

## Bibliografia

- CONTRERAS, Jesús, RIERA, Antoni e MEDINA, F. Xavier (dir.) (2005), *Sabores del Mediterráneo – Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*, Barcelona, Institut Europeu de la Mediterrània.
- CONTRERAS, J. (2007), “El patrimonio alimentario en el área mediterránea”, in Jordi TRESSERAS e F. Xavier MEDINA (eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*, Colección IBERTUR – Turismo Cultural, 1, Barcelona, Universitat de Barcelona/Institut Europeu de la Meditèrnia, pp. 17-37.
- DESURVIRE, Daniel (1996), “Une naissance attendue dans le monde de l’art et du tourisme: la Fondation du patrimoine”, in *Espaces – Revue Technique du Tourisme et des Loisirs*, n.º 142, Novembre-Décembre, Paris, S.A.R.L.ETE, pp. 57-61.
- DOCUMENTO LEGISLATIVO (2000), *Gastronomia como Património Cultural Nacional*, Resolução do Conselho de Ministros n.º 96/2000, de 26 de Julho, Lisboa, Portugal.
- FIRMINO DA COSTA, António; MAURITTI, R.; MARTINS, S.; MACHADO, F. L.; FERREIRA DE ALMEIDA, J. (2000), “Classes Sociais na Europa”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 34, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES), Oeiras, Celta Editora.
- GASPAR, Jorge (1993), *As Regiões Portuguesas*, Lisboa, Ed. Direcção-Geral do Desenvolvimento Regional.
- HERVIEU, B., VIARD, J. (2000), *Au Bonheur des Campagnes*. La Tour d’Aigues (França), Éditions de l’Aube.
- JOAQUIM, Graça (1997), “Da identidade à sustentabilidade ou a emergência do «turismo responsável»”, in *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 23, Lisboa, CIES, pp. 71-100.
- JOAQUIM, G. e MOREIRA, R. (2006), “Itinerários turísticos. Passeando em torno do ambiente, do património e da gastronomia” in VALAGÃO (Org.), *Tradição e Inovação Alimentar. Dos recursos silvestres aos itinerários turísticos*, Lisboa, Ed. Colibri/INIAP.
- PAILLLOTIN, Guy; ROUSSET, Dominique (1999), “*Tais-toi et mange!*”. *L’agriculteur, le scientifique et le consommateur*, Paris, Ed. Bayard.
- PESSOA, F. (2001), *Reflexões sobre Ecomuseologia*, Porto, Edições Afrontamento.
- PITTE, Jean-Robert (2005), “Las transformaciones de la agricultura, del paisaje y de la alimentación del mediterráneo: del renacimiento a la actualidad”, in CONTRERAS, Jesús, RIERA, Antoni e MEDINA, F. Xavier (dir.), (2005), *Sabores del Mediterráneo – Aportaciones para promover un patrimonio alimentario común*, Barcelona, Institut Europeu de la Mediterrània.
- SANTAMARIA, Santi (2008), *La cocina al desnudo. Una visión renovadora del mundo de la gastronomía*, Madrid, Ediciones Temas de Hoy, S.A.
- RIBEIRO, Orlando (1987), *Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico*, 5.ª edição, Lisboa, Livraria Sá da Costa.
- VALAGÃO, M. M. (2002), “The Reinvention of food traditions and new uses of the countryside”, in MONTANARI, Armando (ed.), *Food and Environment – Geographies of Taste*, Roma, Home of Geography Publication Series, pp. 33-46.
- VALAGÃO, M. M. (org.) (2006), *Tradição e Inovação Alimentar. Dos recursos silvestres aos itinerários turísticos*, Lisboa, Ed. Colibri/ INIAP.
- VALAGÃO, M. M. (org.) (2009), *Natureza, Gastronomia & Lazer. Plantas silvestres alimentares e ervas aromáticas condimentares*, Lisboa, Ed. Colibri.
- VALAGÃO, M. M. (2011), “Dieta Mediterrânica, Património Imaterial da Humanidade”, *Revista da APH (Associação Portuguesa de Horticultura)*, 105: 23-27, Lisboa, APH.
- VALAGÃO, M. M., CÉLIO, V., GOMES, B. (2015), *Algarve Mediterrânico. Tradição, Produtos e Cozinhãs*, Lisboa, Ed. Tinta-da-China.
- VIEIRA, José Neiva (2007), “Árvores monumentais, matas emblemáticas e paisagens florestais características” in SANDE SILVA, J., (coord.-ed.) / Liga para a Proteção da Natureza, *Floresta Portuguesa – Imagem de tempos Idos*, Lisboa, Público, Comunicação Social, S.A./Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento, pp. 151-174.





## Vamos comer o que nos rodeia – e isso é só o início da mudança

ALEXANDRA PRADO COELHO

*jornalista do PÚBLICO*

Quando comecei a escrever sobre gastronomia, em 2011, tive a sorte de receber um convite da *Food Organization of Denmark/The Food Project* para ir a Copenhaga. Começava na altura a falar-se da “revolução” que estava a acontecer na gastronomia nórdica e tive a oportunidade de observar diretamente o que se vivia no (e em torno do) Noma, que depois veio a ser considerado, durante alguns anos, o melhor restaurante do mundo na classificação feita pela revista britânica *Restaurant*.

Fiz parte de um grupo de jornalistas convidados por aquela organização encarregue de mostrar o que se passava na gastronomia dinamarquesa, e do programa da viagem fazia parte não apenas um jantar

– inesquecível – no Noma mas uma série de outras atividades que nos ajudavam a perceber como é que era possível o mundo ter voltado a sua atenção para a gastronomia de um país que até então não tivera qualquer tradição gastronómica considerada relevante.

A viagem revelou-se uma lição em vários sentidos. O primeiro foi, sem dúvida, a forma como os dinamar-

queses estavam a trabalhar em articulação uns com os outros. O texto que escrevi no PÚBLICO quando regresssei a Portugal refletia exatamente isso. Tinha como título “Os homens por trás do melhor restaurante do mundo” e falava, obviamente, do *chef*, René Redzepi, mas também de Lars Williams, um investigador que trabalhava num barco-laboratório em frente ao Noma, fazendo todo o tipo de experiências loucas à procura de novos sabores. E, por último, falava de Soren Wiuff, um agricultor que fazia espargos e outros produtos usados no Noma

e que fomos visitar na sua propriedade.

Foi muito interessante perceber como a estratégia de comunicação que veio a permitir afirmar a Dinamarca como um destino

gastronómico passava por dar a mesma importância ao *chef* do restaurante e ao agricultor. Isso pareceu-me na altura determinante. Todo o discurso de René Redzepi, que hoje se vulgarizou entre todos os grandes *chefs* do mundo, mas que na altura não era assim tão habitual, passava pela valorização dos produtos e dos agricultores que os trabalhavam. Sem eles, sublinhava Redzepi, o seu restaurante não seria nada.

***Foi muito interessante perceber como a estratégia de comunicação que veio a permitir afirmar a Dinamarca como um destino gastronómico passava por dar a mesma importância ao chef do restaurante e ao agricultor.***

Com Soren Wiuff, falámos sobre algumas das premissas do movimento da nova gastronomia nórdica, nomeadamente a ideia de *foraging*, ou seja de apanhar ervas e plantas que crescem selvagens nos campos e aproveitá-las para a nossa alimentação. O agricultor mostrou-se um pouco crítico dessa ideia romântica, defendendo que se todos nos pusermos a apanhar plantas selvagens, elas acabarão por desaparecer. O melhor, na perspetiva de Soren Wiuff seria introduzi-las na produção.

***Há sobretudo uma coisa que dá prazer a Soren – vender os seus produtos a quem lhes reconhece qualidade. ‘Quando se vende a um supermercado nunca se ouve ‘ahh, é um bom produto’, porque se elogiam têm que pagar mais. É melhor vender aos restaurantes. Aí ouvimos o elogio, mas também nos dizem quando as coisas não estão bem.***

Vale a pena reproduzir aqui um parágrafo desse texto que toca outro ponto que me parece fundamental para o debate sobre a ligação entre a gastronomia e a agricultura: “Há sobretudo uma coisa que dá prazer a Soren – vender os seus produtos a quem lhes reconhece qualidade. ‘Quando se vende a um supermercado nunca se ouve ‘ahh, é um bom produto’, porque se elogiam têm que pagar mais. É melhor vender aos restaurantes. Aí ouvimos o elogio, mas também nos dizem quando as coisas não estão bem. Isso é muito importante para a nossa autoestima. E os produtores têm que ter uma autoestima alta.”

Logo aqui começa a perceber-se a importância de uma relação próxima entre cozinheiros e produtores. Numa época em que os *chefs* atingiram um estatuto de estrelas, parece-me injusto que não se olhe mais atentamente para o trabalho dos agricultores e

***A proximidade entre produtores e cozinheiros é fundamental para uma visão integrada do que comemos e do que produzimos – a tal ideia de uma paisagem comestível à nossa volta.***

produtores. Felizmente, a pouco e pouco, esta ideia tem feito o seu caminho e, se bem que ainda não tenhamos produtores nas capas das revistas, temos já muitos *chefs* que aproveitam a visibilidade que conquistaram para não se promoverem apenas a si próprios, mas também os produtores com os quais trabalham.

Mais tarde conheci em Portugal o trabalho extraordinário de Maria José Macedo, da Quinta do Poial, em Azeitão, e a relação que

esta produtora, entretanto falecida (mas cujo trabalho está a ser continuado pela filha, Joana), fazia com vários *chefs*. Uma vez eram estes que lhe pediam para experimentar produzir algum produto que queriam introduzir nos seus pratos, outras vezes era ela que os desafiava com algo que tinha testado no Poial. Este é apenas um bom exemplo, há outros, claro, mas ainda pontuais. Esperemos que se multipliquem. A proximidade entre produtores e cozinheiros é fundamental para uma visão integrada do que comemos e do que produzimos – a tal ideia de uma paisagem comestível à nossa volta.

Ao longo dos anos seguintes, continuei a trabalhar e a aprofundar os temas da gastronomia, que, como jornalista do PÚBLICO, sempre defendi que deviam ser tratados de forma também ela integrada. Para mim, nunca fez sentido que a “gastronomia” fosse uma secção, com críticos gastronómicos a escreverem ape-

nas sobre restaurantes, e que não estivesse ligada a trabalhos sobre agricultura, saúde, economia, cultura.

Fiquei ainda mais convencida desta ideia quando em 2012 fiz outra viagem, desta vez ao Peru, país onde também se anunciava a chegada de uma “revolução gastronômica”. O caso era diferente do dinamarquês. Tratava-se aqui de um país com forte cultura gastronômica mas que, por razões geográficas, se encontrava dividido em três. A costa, a montanha e a selva eram três realidades distintas, com hábitos gastronômicos e ingredientes diferentes, que, muitas vezes, se ignoravam.

Fui assistir ao Festival Mistura, em Lima, a capital, e aproveitei para perceber como é que a revolução tinha começado. Concluí que havia várias semelhanças com o que se passava na Dinamarca. As coisas não acontecem por acaso, são resultado de uma estratégia pensada por pessoas que têm uma visão – neste caso Bernardo Roca Rey, um antigo vice-ministro da Cultura que se tornou depois presidente da Apega, a Sociedade Peruana de Gastronomia; e, sobretudo, Gastón Acurio, *chef* tornado figura mediática, que com o seu programa de televisão viajou pelo país e mostrou aos próprios peruanos o que se comia do outro lado, apresentando a comida da costa a quem vivia na selva e na montanha e vice-versa. O país gastronômico começou aí a descobrir-se a si mesmo.

Figuras carismáticas como Acurio no Peru ou Redzepi na Dinamarca são fundamentais, mas houve,

***As coisas não acontecem por acaso, são resultado de uma estratégia pensada por pessoas que têm uma visão...***

***Figuras carismáticas como Acurio no Peru ou Redzepi na Dinamarca são fundamentais, mas houve, claro, uma visão política que partiu da vontade de tornar o Peru um destino de turismo gastronômico e uma referência para quem se interessa por gastronomia.***

***... por estranho que pareça, em muitos casos e muitos países, as pessoas deixaram de comer o que se produzia na sua terra, transformando a alimentação e colocando no prato produtos vindos de longe, deixando uma profunda pegada ecológica e condenando a agricultura local.***

claro, uma visão política que partiu da vontade de tornar o Peru um destino de turismo gastronômico e

uma referência para quem se interessa por gastronomia. Explicou-me Bernardo Roca Rey na altura: “O país vivia dividido por uma reforma agrária muito forte, por uma distância que se tinha criado entre os diferentes setores da sociedade, e eu entendi que eram precisos argumentos que reforçassem a autoestima dos peruanos. Saíamos de uma ditadura que tinha impedido a liberdade de expressão e a única coisa que existia eram anúncios de obras gigantescas, faraônicas, que o Governo estava a realizar. Então, dizia nos meus artigos [no jornal *El Comercio*] que a história do Peru

era algo para o qual devíamos olhar. E não imagina o êxito que isso teve num país tão dorido.”

era algo para o qual devíamos olhar. E não imagina o êxito que isso teve num país tão dorido.”

Cozinheiro amador, Roca Rey inventou um conceito: a cozinha novo-andina. Começou a cozinhar com produtos que não eram valorizados, associados aos camponeses pobres. Conto no texto: “Foi buscar os grãos como a quinoa, a kiwicha, usou as imensas variedades de ajís (uma espécie de malagueta), as inúmeras espécies de batatas e convidou as pessoas a comerem o que nascia no Peru.”

Chegamos mais uma vez à ideia essencial: por estranho que pareça, em muitos

casos e muitos países, as pessoas deixaram de comer o que se produzia na sua terra, transformando a alimentação e colocando no prato produtos vindos de longe, deixando uma profunda pegada ecológica e condenando a agricultura local. Quando chega alguém que propõe que se coma o

que a terra à nossa volta produz, isso é recebido com surpresa.

Entrevistei também Gastón Acurio e percebi porque é que ele é uma personagem tão carismática, capaz de mobilizar um país inteiro e, pelo menos na altura, com uma popularidade muito superior à de qualquer político. Disse-me ele: “Isto é só o começo de um grande plano que vai demorar ainda muito tempo e que nasce da sã, justa e compreensível indignação dos jovens peruanos, que não entendem porque é que um país tão rico, com tantos recursos, tanta história, tantas oportunidades, continua a ser considerado como do Terceiro Mundo, apenas exportador de matérias-primas. Esses jovens pensam que podem contribuir de alguma forma para que isso mude.”

Homens como Gastón Acurio e Bernardo Roca Rey perceberam que a cozinha podia ser o tema que uniria todos os peruanos. “É uma atividade que toca a todos: agricultura, pesca, indústria, meio ambiente, os negócios, a promoção de um país no mundo, a cultura, a arte.” Apesar de ser ele próprio um *chef* famoso, Gastón Acurio não está a falar aqui da promoção de restaurantes ou de *chefs*-estrela. A ideia é muito mais profunda – e generosa.

“Se olhas para a cozinha apenas como um espaço lúdico, de prazer, se não te importas com o que está à tua volta, então, sim, trata-se apenas de comer, de desfrutar, para os que podem pagar”. Num país como o Peru, explicou Acurio, “onde a riqueza choca permanentemente com a pobreza, onde o prazer pode tornar-se imo-

**... a cozinha podia ser o tema que uniria todos os peruanos. “É uma atividade que toca a todos: agricultura, pesca, indústria, meio ambiente, os negócios, a promoção de um país no mundo, a cultura, a arte”.**

**... os cozinheiros reconhecer[a]m que a cozinha tinha que ser algo mais do que dar de comer aos poucos que podem pagar**

**... um exemplo: o porco bísaro. Raça autóctone do Norte do país, o porco bísaro estava quase extinto em Portugal... Em 1995, Carla Alves foi à procura dos poucos animais que ainda existiam e foi a partir desses exemplares que se deu início a um trabalho de recuperação da raça.**

ral porque há crianças que sofrem de má-nutrição, foi mais fácil os cozinheiros reconhecerem que a cozinha tinha que ser algo mais do que dar de comer aos poucos que podem pagar.”

Um exemplo prático, entre muitos outros que relato nesse artigo: “Num dos fóruns de debate do Festival Mistura, a ministra do Desenvolvimento e Inclusão Social, Carolina Trivelli, sentou-se no palco para falar da necessidade de ‘comer saudável, comer o que é nosso’. ‘Não queremos apenas que as crianças comam bem, mas que sejam portadoras das tradições das suas regiões. Os grãos andinos estão no centro desta estratégia’, declarou Trivelli, que dias depois assinaria com a Apega um acordo para que vários produtos andinos, nomeadamente a quinoa, fossem introduzidos nas ementas das escolas. ‘É fundamental a aliança com os produtores locais e os cozinheiros. As nossas crianças precisam de saber de onde vêm os alimentos.’”

Gastón Acurio reforçou a ideia: “Há milhares de anos construiu-se no Peru uma biodiversidade em que as pessoas tinham segurança ambiental. Não havia crianças subnutridas porque comiam o que tinham. Depois veio o *marketing* e disse que tinham de beber leite e comer massa e as pessoas começaram a abandonar a quinoa e outros produtos. As políticas públicas deram ouvidos ao *marketing* e os programas de assistência alimentar enviavam de Lima para o resto do país leite, açúcar, massa, arroz. Hoje, está-se a recuperar cadeias produtivas locais em dietas ricas, saudáveis, coerentes.”

Em Portugal, também há bons exemplos – basta ver como muitos municípios fazem um excelente trabalho na valorização e divulgação de produtos locais. Não sendo possível falar de todos, gostaria de citar aqui um desses exemplos: o porco bísaro. Raça autóctone do Norte do país, o porco bísaro estava quase extinto em Portugal por ser considerado menos rentável que outras raças. Em 1995, Carla Alves, uma engenheira zootécnica sensível a este problema foi à procura dos poucos animais que ainda existiam e foi a partir desses exemplares que se deu início a um trabalho de recuperação da raça.

Por seu lado, a Câmara Municipal de Vinhais, que organiza a Feira do Fumeiro, estava preocupada com a queda de qualidade dos produtos do fumeiro regional e por isso decidiu apoiar o projeto do porco bísaro. Uma fiscalização dos produtos da feira permitiu concluir que se estava a usar carne de pior qualidade. Era preciso voltar a usar o bísaro, mas o problema era a falta de animais.

Foi necessário convencer os produtores locais a trocarem as raças estrangeiras mais rentáveis pelo bísaro, mas para isso era preciso que este fosse valorizado e pago a um preço justo – e aí surgiu o pedido de proteção comunitária para os produtos do fumeiro, que culminou no Fumeiro de Vinhais IGP (Indicação Geográfica Protegida) e no Porco Bísaro DOP (Denominação de Origem Protegida). Foi a ligação com os enchidos certificados que permitiu salvar o bísaro da extinção, percebi eu num trabalho que fiz em 2013 sobre o que levava ao sucesso ou ao insucesso dos produtos DOP.

Outros bons exemplos são os que ligam os produtos locais ao turismo. Como sabemos, há um interesse crescente de quem visita um país em conhecer não apenas os monumentos mas também as tradições e práticas locais. O sucesso do enoturismo tem tudo a ver com isso – e aí, mais uma vez, o setor do vinho apontou o caminho que pode ser seguido por outros produtos.

É importante ligar a paisagem ao que comemos, mostrar de onde vem o que (desejavelmente) encontramos nos restaurantes da região, e quem estiver interessado em aprofundar pode até envolver-se numa atividade agrícola, seja a vindima e a pisa a pé, seja a ida à pesca ou simplesmente a passagem pelo mercado local para comprar o peixe diretamente à peixeira.

Mais recentemente fiz, com a Francisca Gorjão Henriques, no PÚBLICO, um artigo em que lançávamos uma questão que não sendo diretamente a da ligação entre a agricultura e a gastronomia está próxima dela: que estratégia existe para a promoção da gastronomia portuguesa internacionalmente? A conclusão? Existem várias iniciativas dispersas, mas não existe ainda uma estratégia integrada que valorize em conjunto toda a fileira ligada à produção/alimentação.

Mostrávamos, nesse trabalho, exemplos de outros países. Uma das pessoas que ouvimos foi Pelle Anderson, presidente da *Food Organization of Denmark* (organização privada com 30% de fundos públicos). E o que diz ele? “O processo coincidiu com uma revolução na produção alimentar. A Dinamarca é um país industrial, com uma produção agrícola industrial muito forte. Este movimento começou e muitos pequenos produtores, de queijo, de cerveja, de todo o tipo de produtos, começaram a conseguir produzir a uma escala mais pequena.” Em simultâneo, arrancava o movimento da produção biológica, “também muito inspirado pelo mundo da restauração”.

Um exemplo: neste momento, das 50 mil refeições preparadas em Copenhaga para escolas e centros

**... que estratégia existe para a promoção da gastronomia portuguesa internacionalmente? A conclusão? Existem várias iniciativas dispersas, mas não existe ainda uma estratégia integrada que valorize em conjunto toda a fileira ligada à produção/alimentação.**

de idosos, 90% são elaboradas com produtos biológicos”, aponta. “Houve uma reorientação política muito clara aqui: o Governo pediu mais produtos biológicos, e os pequenos agricultores que produzem em modo biológico começaram a ter mais hipóteses de vender às instituições. Isto levou a uma mudança mais estrutural na produção alimentar.”

Separar produtores e restaurantes é um grande erro estratégico, diz ainda Pelle Anderson. Tem de haver uma união entre a cena gastronómica, a indústria de vinhos e o turismo: “Este grupo a trabalhar em conjunto será muito mais forte. Às vezes, o Governo consegue fazer isso, pondo apenas algum dinheiro em cima da mesa e dizendo: façam qualquer coisa juntos. É preciso ter alguém que os una, alguém que perceba de culinária, especialistas, porque em muitos países se comete o erro de colocar nas mãos das agências de turismo, que podem não saber absolutamente nada de gastronomia.”

Nos últimos anos, temos visto os *chefs* de cozinha cada vez mais sensíveis à importância da qualidade do produto. Quem acompanha a área da gastronomia – com toda a visibilidade que, felizmente, ela conquistou – não pode deixar de se interessar pela produção. É na terra que tudo começa. O que chega ao nosso prato tem uma história que é interessante conhecermos – e que cada vez mais os *chefs* querem contar, reconhecendo, justamente, o trabalho essencial de produtores, agricultores, pescadores, criadores de gado.

***Separar produtores e restaurantes é um grande erro estratégico...***

***Este grupo a trabalhar em conjunto será muito mais forte.***

***É na terra que tudo começa.***

***... é vital integrar produtos locais, saberes, tradições e cultura gastronómica nas matérias de estudo das escolas***

***... apoiar e incentivar os estudos sobre a história da gastronomia e as investigações sobre tradições gastronómicas.***

***... transmitir conhecimentos sobre estes temas ... valorizar os restaurantes ... que fazem um trabalho sério em torno dos produtos portugueses.***

***... reforçar a ligação entre o que se come nas escolas e os produtos/produtores locais...***

***É preciso coordenação, união de esforços, reconhecimento da importância deste assunto, vontade de fazer.***

O que é que falta, então?

Falta, em primeiro lugar, discutirmos mais abertamente estas questões e identificarmos os problemas. Muitos

*chefs* queixam-se que ainda existe muita falta de consistência na qualidade do produto português. Isto deve-se sobretudo à escala. Pequenos produtores não conseguem muitas vezes assegurar a mesma consistência que os grandes.

É preciso criar canais que lhes permitam escoar os produtos mais facilmente – ouço muitas vezes alguns deles queixarem-se que uma deslocação a Lisboa para trazer dois ou três produtos a um restaurante “não paga o gasóleo”. Incentivar a criação de melhores redes de distribuição (mas sem multiplicar o número de intermediários que encarecem o produto final, prejudicando produtores e consumidores) e de mercados de proximidade, apoiar as lojas que estão dispostas a pagar um preço justo a quem produz, limitar as autorizações de abertura de grandes superfícies que afetam o comércio local.

Além disso, é vital integrar produtos locais, saberes, tradições e cultura gastronómica nas matérias de estudo das escolas de Hotelaria e Turismo, nos cursos de gastronomia – e fazê-lo a um nível nacional, mas também trabalhando e explorando as diferenças regionais. É importante

apoiar e incentivar os estudos sobre a história da gastronomia e as investigações sobre tradições gastronómicas. É essencial transmitir conhecimentos sobre estes temas – e também sobre uma alimen-

tação mais saudável – nas escolas, desde os primeiros anos. Tal como valorizar os restaurantes, sejam de alta cozinha ou tradicionais e mais populares, que fazem um trabalho sério em torno dos produtos portugueses.

E, tal como no Peru e noutros países, é fundamental reforçar a ligação entre o que se come nas escolas e os produtos/produtores locais (as centrais de compras são um obstáculo a que isto aconteça pelo facto de a grande escala permitir preços mais económicos, mas é importante refletir sobre isto). E, evitando a tendência para sermos “mais papistas que o Papa”, não cairmos em excessos legislativos que mais tarde vimos a reconhecer como exageros.

Os caminhos estão abertos. Os exemplos noutros países – e em Portugal também – são inúmeros. É

preciso coordenação, união de esforços, reconhecimento da importância deste assunto, vontade de fazer. De resto, o país tem excelentes produtos, tem uma forte tradição gastronómica, tem ainda agricultores que guardam saberes antigos e jovens que voltaram a interessar-se pela agricultura, tem gente que conhece e que estuda estes temas (e que geralmente é muito pouco reconhecida e valorizada – veja-se a dificuldade em publicar livros de gastronomia que não sejam apenas de receitas).

E, no meio de tudo isto, todos nós temos de fazer uma coisa muito fácil e, para além do mais, muito agradável – a paisagem comestível está à nossa volta; basta-nos comê-la. Só assim ela sobreviverá.





## A marca Vinhos de Portugal e sua projeção para o caso da Gastronomia Portuguesa

JORGE MONTEIRO

Presidente da ViniPortugal

Num exercício que de forma sistemática arrancou em 2008, sob dinamização do IVV, Instituto da Vinha e do Vinho, o setor do vinho português envolveu-se, de uma forma muito ativa, na criação da Marca *Vinhos de Portugal / Wines of Portugal*. As suas origens mais remotas encontram-se no Estudo Porter<sup>1</sup>, em que uma das recomendações consistia no desenvolvimento de uma IG, Indicação Geográfica “Portugal”. Não sendo tal possível à luz da regulamentação comunitária, a alternativa foi um investimento sério na construção de uma “marca país”, na qual assentasse uma estratégia coletiva e consistente de afir-

***Tratou-se de um trabalho conjunto que envolveu os mais diversos atores, privados e institucionais, tendo como objetivo criar uma marca Portugal...***

mação de Portugal enquanto produtor de vinhos de classe internacional.

Tratou-se de um trabalho conjunto que envolveu os mais diversos atores, privados e institucionais, tendo como objetivo criar uma marca Portugal, “*que confira visibilidade e notoriedade aos vinhos portugueses, assente numa imagem de qualidade e diferença, que permita reunir, acolher e promover, através de uma imagem promocional forte, (...) [os vinhos] que reúnam e participem de determinados requisitos, (...)*”.

Este trabalho culmina em 2010 com a criação de uma Comissão Executiva da Marca, com responsabilidades de gestão da mesma, garantindo o cumprimento de regras e princípios constantes no Manual de Utilização da Marca *Vinhos de Portugal* e do seu *Brand Book*.

Muito trabalho foi levado a cabo até que se chegasse aos tempos atuais, num processo evolutivo e de permanente aprendizagem, refletido no desenvolvimento de diversos instrumentos de orientação e gestão.

<sup>1</sup> O 2º Estudo Porter, assim vulgarmente designado, foi realizado, a pedido da VINI PORTUGAL, pela Monitor Company liderada pelo Professor Michael Porter, e encontra-se plasmado num conjunto de documentos publicados em 29 de Maio de 2003:

- Resumo da Competitividade do Cluster e Introdução a Campanhas de Acção
- Campanha 1: Activar a Estratégia do Cluster do Vinho
- Estratégia de Marketing para Vinhos Portugueses na GB e nos EUA
- Pontos de Acção Adicional nos mercados da GB e dos EUA

Assim, se na primeira versão, em 2010, integravam a Comissão Executiva da Marca o IVV, que presidia, acompanhado pelo IVDP, Instituto dos Vinhos do Douro e Porto e pela ViniPortugal, em março de 2011, assiste-se à entrada da ANDOVI, Associação das Denominações de Origem. Posteriormente, já em 2015, é o IVBAM, Instituto do Vinho (do Bordado e Artesanato) da Madeira, que passa igualmente a integrar esta Comissão. Por outro lado, nesta última alteração foram atribuídas competências específicas à ViniPortugal nomeadamente a (i) coordenação operacional das ações de promoção da Marca e a (ii) gestão do banco de dados e materiais a disponibilizar para os eventos de animação associados à promoção da Marca, garantindo o acesso do público a baixo custo e a boa utilização de recursos.

O exercício, em si, não era original, pois outros países já o tinham feito – o caso do *Wines of Chile* será o mais paradigmático – mas continha riscos, nomeadamente porque exigia um esforço coletivo, com todos a puxar no mesmo sentido, disciplina esta nada fácil para a nossa maneira de ser<sup>2</sup>.

De referir que a marca *Vinhos de Portugal*, assente numa identidade própria, não fomenta o regionalismo ou a visão local, antes procura conferir dimensão, procurando apresentar o Portugal dos Vinhos como um todo, condição fundamental ao sucesso, sobretudo ao passar de mercados de proximidade e maduros para mercados emergentes, distantes ou extensos, onde o grau de conhecimento do nosso

país era reduzido face aos nossos objetivos. A promoção do nível regional, em particular as Denominações de Origem (DO) e as Indicações Regionais (Vinhos Regionais) continuaria a ter lugar através das intervenções das respetivas Comissões Vitivinícolas, desejavelmente estimulando e fazendo uso da Marca Vinhos de Portugal. Se às DO cabe afirmar uma identidade e um carácter regional, à Marca *Wines of Portugal* caberia promover uma identidade nacional (o que é um vinho Português?).

***De referir que a marca Vinhos de Portugal, assente numa identidade própria, não fomenta o regionalismo ou a visão local, antes procura conferir dimensão, procurando apresentar o Portugal dos Vinhos como um todo...***

Mas, sendo certo que havia riscos, tínhamos, por outro lado, alguns bons pontos da partida e outras condições necessárias ao sucesso. O primeiro foi o 2º Estudo Porter que, entre

outras virtudes, soube mobilizar o setor do vinho e soube pôr os principais atores a agirem de forma concertada. Portugal estava a investir de forma significativa nesta fileira, detinha vantagens comparativas evidentes, mas não tinha imagem internacional. Apesar da excelente imagem de que vinhos como o Porto ou o Madeira desfrutavam, o seu reconhecimento não estava, na generalidade dos mercados, associado ao país Portugal.

***Se às DO cabe afirmar uma identidade e um carácter regional, à Marca Wines of Portugal caberia promover uma identidade nacional.***

De entre essas vantagens, igualmente identificadas pelo referido estudo, duas merecem aqui um destaque especial: os sabores únicos, porque baseados

“em castas que são cultivadas apenas em Portugal ou têm a sua origem na viticultura portuguesa” e



Figura 1: Logotipo da marca Vinhos de Portugal / Wines of Portugal

<sup>2</sup> Num inquérito realizado pela Monitor Company em dezembro de 2002, apenas 14% das empresas inquiridas considerava que existia uma estratégia económica clara definida pelo *cluster* do vinho.

a diversidade da proposta portuguesa baseada na elevada diversidade edafoclimática (clima e solos) do País.

Foi neste contexto que se desenvolveu o trabalho de construção da marca Vinhos de Portugal e foi com estes pressupostos que à Marca foi associada uma assinatura ***Wines of Portugal – a world of difference.***

Assim, hoje a marca está construída sobre três elementos: a marca designativa (*Wines of Portugal*), a sua figuração gráfica (o **P**, de Portugal) e uma assinatura *a world of difference*, resultado de um atuado e dedicado trabalho de preparação que exigiu compromisso, dedicação e profissionalismo.<sup>3</sup>

### **Poderia o exemplo da marca Vinhos de Portugal ser replicado para o caso da Gastronomia Portuguesa?**

Esta seria a questão que poderíamos aqui colocar como forma de transportar para o universo da Gas-

tronomia (de que o Vinho é um dos elementos), mas cuja resposta não é nem imediata nem fácil.

***... o vinho constituía um verdadeiro cluster, estruturado, com diferentes níveis de entidades e atores, com funções bem claras, dotados de meios humanos e competências técnicas e de lobby, com um perímetro e funções bem definidas e duas organizações de charneira: o IVV, regulador, e a VINI PORTUGAL, associação interprofissional, com a responsabilidade da promoção internacional dos vinhos portugueses***

Porém, e teoricamente, tentar-me-ia responder que sim, embora a natureza dos problemas seja diferente ou, pelo menos em alguns aspetos, esses problemas tenham uma dimensão ou profundidade mais vasta.

De facto, na altura da apresentação em Abril de 2002 pelo Monitor Group de um

conjunto de recomendações entre as quais a sugestão de “*que Portugal se empenhasse no desenvolvimento dinâmico de clusters*”, o setor do vinho em Portugal era um *cluster* perfeitamente delimitado (as empresas que atuam no sector são conhecidas), onde se enquadravam organismos públicos com funções reguladoras (o IVV e o então IVP, Instituto do Vinho do Porto), um vasto conjunto de entidades de natureza privada que exerciam funções de interesse coletivo (as CVR, Comissões Vitivinícolas Regionais) apoiadas pela sua associação nacional, a ANDOVI, associações de empresas e cooperativas de base setorial (ACIBEV, ANCEVE, CAP, FENADEGAS, FENAVI, FEVIPOR) e uma associação de natureza interprofissional, com funções específicas no domínio da promoção internacional, a VINI PORTUGAL. Ou seja, o vinho constituía um verdadeiro *cluster*, estruturado, com diferentes níveis de entidades e atores, com funções bem claras, dotados de meios humanos e competências técnicas e de *lobby*, com um perímetro e funções bem definidas e duas organizações de charneira: o IVV, regulador, e a VINI PORTUGAL, associação interprofissional, com a responsabilidade da *promoção internacional dos vinhos portugueses*.

Esta realidade, não só não era despienda, como se tornava nuclear para o que se seguiria, em particular quando se pretendia desenvolver um instru-

<sup>3</sup> Se no plano estratégico houve necessidade prévia de se explicitar uma estratégia através da definição de Alvo, Aspiração, Valores e Personalidade e Diferenciador da Marca, já no plano instrumental foram diversas as realizações com destaque para:

- (i) Criação e registo de propriedade da “Marca”, a sua assinatura “*a world of difference*” e sua ilustração gráfica “P”;
- (ii) Elaboração do “Brand Book” (Manual de Posicionamento da Marca);
- (iii) Criação, através de Despacho do MADRP, da “Comissão Executiva da Marca” e da “Comissão Consultiva”;
- (iv) Elaboração do Regulamento de Utilização da Marca;
- (v) Realização do estudo de normas de utilização prática;
- (vi) Criação e manutenção da Página na web.

Estes elementos, em particular o Manual da Marca, estão disponíveis para quem queira utilizar, na página [www.ivv.min-agricultura.pt](http://www.ivv.min-agricultura.pt) e na página [www.winesofportugal.info](http://www.winesofportugal.info)

mento aglutinador, distintivo e associado a atributos demonstráveis.

Estávamos diante de um setor, maduro, mas sobretudo estruturado, assente num vasto conjunto de entidades, públicas ou privadas, sólidas, que interagem de forma concertada na procura de soluções.

Note-se que esta característica era já determinante quando a VINI PORTUGAL

“contratou a Monitor Group para realizar um estudo sobre o *cluster* do vinho, tendo como objetivo *analisar a competitividade do cluster e elaborar algumas recomendações* sobre a forma concreta como este poderia melhorar a sua situação e garantir uma prosperidade a longo prazo”.

No entanto, e empurrado pelo espantoso resultado de um inquérito realizado em 2008 – cinco anos após a apresentação da proposta pelo Monitor Group – no Reino Unido e nos Estados Unidos, o qual claramente demonstrava que nestes dois mercados Portugal não possuía nenhuma imagem enquanto país produtor de vinho, o setor vê-se na necessidade de dar novos passos dos quais o mais relevante foi o processo de construção da Marca.

Mas para isso, e porque um projeto desta natureza carece indubitavelmente da presença, séria e empenhada, do setor privado, estavam criadas as condições para avançar, o que sucedeu sob a condução do IVV, organização pública, tutelada pelo Ministério da Agricultura, mas que é querida ao setor.

Ou seja, a existência de estruturas de natureza privada, representando uma maioria significativa dos atores económicos da fileira, apoiadas por um instituto público permitiam antecipar um elevado grau de probabilidade de sucesso para a iniciativa. A estes aspetos não se pode deixar de acres-

centar a natureza interprofissional de uma organização como a ViniPortugal. De facto, esta natureza (hoje reforçada pelo reconhecimento enquanto tal pelo Governo Português<sup>4</sup>) confere-lhe uma particularidade, pois assume-se como organização universal, não defendendo nem promovendo valores ou interesses particulares, desta ou daquela parte do setor, mas sim visando um interesse coletivo, em que todos, associados ou não associados, virão a beneficiar, mas sobretudo será o País o principal beneficiado.

Por outro lado, acrescia ainda uma forte identidade ao produto, o qual apesar da enorme diversidade interna, continha pontos comuns: o predomínio das castas autóctones, a predominância do *blend* (vinhos de lote e não varietais) e o carácter de vinhos de *terroir*, onde a expressão da madeira era residual.

Reuniam-se assim dois pontos fundamentais: carácter ou identidade e uma garantia prévia de entida-

**... o setor vê-se na necessidade de dar novos passos dos quais o mais relevante foi o processo de construção da Marca**

**Reuniam-se assim dois pontos fundamentais: carácter ou identidade e uma garantia prévia de entidades tomadoras e seguidoras do projeto, dando-lhe continuidade.**

<sup>4</sup> O despacho nº 741/2015 de 25 de março do Gabinete do Secretário de Estado da Agricultura estabelece o seguinte: “2 – A comissão executiva da marca deve assegurar: a) O cumprimento pelos operadores económicos das regras constantes no Manual de Utilização de Uso da Marca; d) A definição dos princípios orientadores para a promoção da marca, em articulação com os diferentes agentes que fazem promoção com financiamento público. c) A definição da metodologia de avaliação e monitorização da iniciativa, pela observação dos efeitos da marca. (...).

4 – A ViniPortugal deve assegurar:

a) A coordenação operacional das ações de promoção da Marca;  
b) A gestão do banco de dados e materiais a disponibilizar para os eventos de animação associados à promoção da Marca, garantindo o acesso do público a baixo custo e a boa utilização de recursos.”

des tomadoras e seguidoras do projeto, dando-lhe continuidade.

E o que se passa do lado da gastronomia? Uma primeira questão que se nos coloca refere-se à identidade ou carácter da gastronomia portuguesa. Não sendo, de maneira nenhuma um especialista ou sequer conhecedor do setor, as minhas perceções resultam do facto de ser um consumidor e, enquanto tal, pergunto-me quais são os traços dominantes da nossa gastronomia? A gastronomia portuguesa é mediterrânica? Podemos falar em gastronomia portuguesa ou apenas em gastronomias portuguesas? Em que medida esses traços estão em processo de afirmação ou de desagregação? É a gastronomia portuguesa exportável ou o nosso limite ou ambição é o consumo cá dentro, por quem nos visita?

Note-se que a comunicação da Marca Vinhos de Portugal, *a world of difference*, contém em si algumas regras que visam conferir consistência à mesma, nomeadamente o facto de serem preferencialmente utilizados vinhos produzidos exclusivamente por castas autóctones ou vinhos em que haja uma predominância destas castas autóctones.

Creio que se torna assim importante, com alguns sacrifícios, definir o que se entende por gastronomia portuguesa<sup>5</sup> excluindo o que não o seja. Mas chegará?

<sup>5</sup> Ainda recentemente, visitando uma das aldeias portuguesas mais emblemáticas, deparei-me com uma das três “tascas” tidas como típicas com uma espantosa proposta de pizzas.

Recordo também algumas ideias, que ouvi expor alguns anos atrás a uma portuguesa líder de uma empresa organizadora de eventos, sediada em Londres, e que baseava o sucesso em *petiscos e não tapas* e no conceito de *local flavour dinner*. Ou seja, se no vinho a identidade resulta do uso predominante de castas autóctones, na gastronomia tal poderia ser alcançado através dos ingredientes de produção local ou, se preferirmos, de produtos agrícolas locais... (sendo este conceito de local relativamente elástico)<sup>6</sup>.

Mas a segunda, e não menos importante questão, é a que se prende com o tecido empresarial e institucional do setor, muito pulverizado, onde predominam negócios de cariz familiar, muitas vezes de reduzido valor de negócio e onde as barreiras à entrada são por regra pequenas, senão mesmo muito pequenas, ao contrário do que sucede no negócio do vinho. Estas duas características refletem-se na volatilidade dos agentes económicos (o número de criações e encerramentos de negócios de restauração

será várias vezes superior ao que sucede no setor do vinho), bem como na ausência de lideranças fortes (no setor do vinho, a um significativo número de associações fortes juntam-se empresas de alguma dimensão e que funcionam como âncoras na estratégia a seguir).

<sup>6</sup> Porém, deve haver alguns limites ao uso do termo local, sendo comuns os excessos. Sendo certo que quanto *mais local maior identidade*, também é certo que o excesso de local nos retira dimensão, tornando-se mais limitativo quando se pretende exportar, como é o caso do vinho. Nessa perspetiva, deve ser procurado algum equilíbrio entre o minúsculo local e o global sem identidade.

**... se no vinho a identidade resulta do uso predominante de castas autóctones, na gastronomia tal poderia ser alcançado através dos ingredientes de produção local ou, se preferirmos, de produtos agrícolas locais...**

**... o tecido empresarial e institucional do setor, muito pulverizado, onde predominam negócios de cariz familiar, muitas vezes de reduzido valor de negócio e onde as barreiras à entrada são por regra pequenas, senão mesmo muito pequenas, ao contrário do que sucede no negócio do vinho.**

Como se viu, o processo de construção da marca Wines of Portugal foi longo, mais de dois anos, envolvente, embora com avanços e recuos, participativo, mas com organizações liderantes, e uma vez concluída a fase conceptual, tinha assegurada a existência de organizações, reconhecidas e aceites, e com capacidade para tomar e dar continuidade ao projeto.

Criar a marca foi só o primeiro passo. Mas o facto de a comunicação da marca Vinhos de Portugal ser cada vez mais um instrumento utilizado pelas marcas privadas na sua comunicação, indicia uma profunda internalização ou consciência de que ser um *Vinho de Portugal* contém uma identidade e essa identidade aporta uma imagem distintiva e uma perceção de maior valor.

# Paisagens alimentares e a (re)invenção da gastronomia em Portugal

FRANCISCO BENDRAO SARMENTO

*Chefe do Escritório de Informação FAO em Portugal e junto da CPLP*

## Introdução

Portugal está na moda. A comida portuguesa também.

Assim pensam alguns *chefs* portugueses que no seu relativamente recente “Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa” apresentam, logo à partida, o que os distingue: “*Temos orgulho no nosso país, na nossa tradição gastronómica e reconhecemos a riqueza da identidade da cozinha portuguesa!*”<sup>1</sup>.

Mas o *Manifesto* é mais amplo. Refere, por exemplo, que “*A nossa identidade gastronómica é a nossa origem, o que nos funda como cozinheiros(as) – é o reflexo do nosso território mas também dos povos e culturas que a influenciam desde séculos aos dias de hoje, contribuindo para a sua riqueza e diversidade.*” Ou seja, os *chefs* identificam-se com uma gastronomia territorializada – dela emergem e a ela prometem lealdade.

**... a valorização da gastronomia portuguesa, ou das diversas gastronomias presentes no nosso país, traz consigo ameaças e algumas oportunidades.**

Esta lealdade remeter-nos-ia para uma discussão sobre a origem desta possível recomposição identitária da gastronomia portuguesa, tema que sendo vasto, não pretendemos aqui tratar com profundidade. Irei apenas mencionar algumas questões ligadas com a sua atual ligação aos territórios, tendo em conta possíveis impactos desse “estar na moda”. De facto, a valorização da gastronomia portuguesa, ou das diversas gastronomias presentes no nosso país, traz consigo ameaças e algumas oportunidades. Importa compreender melhor este

contexto para, tal como sugere o *Manifesto*, “*desafiar todos os cozinheiros, consumidores, produtores, fornecedores, empresários do sector, jornalistas, inves-*

*tigadores, críticos, artistas, pensadores, a assumirem-se como agentes de mudança e de promoção da cozinha portuguesa!*”

É esse um dos objetivos deste artigo, que aparece num momento em que se verifica uma aparente conjugação de interesses entre forças globais e locais na (re)valorização de identidades culinárias visando a atração de turistas.

<sup>1</sup> Disponível em <http://sanguenaguelra.pt/manifesto/> [Nota da equipa editorial: Ver também Secção III desta edição]

Considerar a identidade gastronómica como *reflexo do território e dos seus povos e culturas* remete-nos para algumas ideias aparentemente evidentes, mas que nem sempre se reúnem à mesa ou fora dela.

A primeira é a noção de território (alimentar) como espaço histórico socialmente construído, tendo por base sistemas agrários específicos. A segunda é a ideia de que a relação do povo de um território com a sua comida é a essência da sua cultura alimentar e esta relação é tão ou mais importante para a saúde como o conteúdo da mesma. A terceira, decorrente das anteriores, versa a relação estreita entre sistemas agrários, identidade, cultura, saúde e paisagens alimentares.

Nesta perspetiva e como concluímos neste artigo, a valorização da identidade gastronómica portuguesa não se pode dissociar dos sistemas agrários tradicionais e da melhoria e/ou preservação das paisagens alimentares que os retratam. Desafio importante, tendo em conta as possíveis desconexões entre ambos decorrentes da recente evolução do mundo rural.

Esta valorização deveria assim contribuir para níveis acrescidos de coerência entre os sistemas agrários tradicionais, as paisagens e os serviços em nome delas oferecidos, ou seja, à (re)invenção da gastronomia tradicional em curso deve corresponder uma (re)conexão entre sistemas e paisagens alimentares tradicionais.

### **Sistemas agrários e paisagens alimentares**

Um sistema alimentar reúne todos os elementos e atividades relacionados com a produção, processamento, distribuição, preparação e consumo

de alimentos. Apesar da evolução recente do sistema alimentar global ser no sentido da crescente “industrialização” e “desterritorialização” da produção de alimentos, a agricultura e os sistemas agrários locais continuam a ter um papel importante na produção e consumo alimentar globais.

**... a valorização da identidade gastronómica portuguesa não se pode dissociar dos sistemas agrários tradicionais e da melhoria e/ou preservação das paisagens alimentares que os retratam.**

Marcel Mazoyer (2001) refere que um sistema agrário “é um modo de exploração do meio historicamente constituído e durável, um

*conjunto de forças de produção adaptado às condições bioclimáticas de um espaço definido e que responde às condições e às necessidades sociais do momento*<sup>2</sup>.

Desta forma, cada sistema agrário é a expressão de um ou mais tipos de agricultura historicamente constituídos e geograficamente localizados e é composto por um ecossistema cultivado e um sistema social produtivo. Este último permite explorar (sustentavelmente) a fertilidade do ecossistema cultivado correspondente, ambos configurando uma paisagem específica.

Os sistemas agrários são dinâmicos e respondem às necessidades de desenvolvimento das sociedades, em particular, das sociedades rurais estabelecidas

num determinado território. As paisagens são por isso dinâmicas, podendo retratar diferentes sistemas e estes, por sua vez, diferentes tipologias e modelos de produção, e respetivas interações. A teoria dos sistemas agrários permite-nos perceber o conceito de paisagem como um construto social necessário à compreensão da evolução e interações sociais do sistema agrário e do território onde aquele se localiza.

<sup>2</sup> Mazoyer, M., Roudart (2001), pág. 11



Na medida em que um sistema agrário não pode ser analisado independentemente das atividades a montante ou da utilização que é feita dos seus produtos pelas atividades a jusante (e pelos consumidores), utilizamos neste artigo o conceito de sistema alimentar. Com ele designamos *um modo de produção, processamento, distribuição, preparação e consumo de alimentos historicamente conformado*. A paisagem alimentar pode, assim, retratar a evolução do sistema alimentar.

A geografia tem apoiado essa ligação. *Paisagens alimentares* utilizam-se para diversos fins, incluindo, por exemplo, o entrelaçamento que se pode estabelecer entre um sistema agrário e uma cultura tradicionais, a saúde e a gastronomia.

Este será o tema a tratar, tendo presente três mitos atuais: i) o nutriente como mais importante que o alimento; ii) a consequente “cientificação” da alimentação e a necessidade de apoio técnico para nos alimentarmos corretamente; e iii) o objetivo da alimentação ser, em primeiro lugar, a obtenção de saúde física (noção relativamente nova, apesar de não parecer).

Nesta perspetiva, a alimentação separou-se da comunidade, da família, do prazer e da espiritualidade, ou seja, da relação com o mundo natural envolvente, com a cultura e com a identidade territorial. Isto contribuiu para a distanciar da saúde, aspeto crescentemente valorizado pelo turismo pós-moderno.

## Paisagens alimentares e saúde

A nossa saúde não é independente da saúde do sistema alimentar onde estamos inseridos. Ela

depende de muitas relações nesse sistema. Note-se que um ser omnívoro necessita, regularmente, de entre 50 e 100 compostos químicos para se manter saudável.

A percepção de que a humanidade poderá ter sacrificado a sua saúde ao desvincular crescentemente os produtos alimentares da cultura culinária e gastronómica tradicionais foi originalmente levantada pelo médico Weston Price, no início do século passado<sup>3</sup>.

Sabemos que os sistemas agrários “modernizados” enfraqueceram a ligação com os solos, os alimentos e as culturas locais originando uma disfunção ecológica que, muitas vezes, interrompe o ciclo natural dos nutrientes. Isto porque, em grande medida, privilegiaram a quantidade, a substituição de vegetais por sementes, a simplificação dos sistemas de produção e os alimentos refinados e processados.

Com isto contribuíram também para a erosão da cultura alimentar tradicional.

De facto, a agricultura industrial conseguiu nas últimas oito décadas aumentar significativamente a produtividade por hectare. Mas parece estar a produ-

zir, essencialmente, mais calorias por hectare e não mais nutrientes adequados. Com isso favoreceu o surgimento explosivo de várias doenças. Uma verdadeira pandemia, segundo vários autores e organismos das Nações Unidas, como a Organização

**... os sistemas agrários “modernizados” enfraqueceram a ligação com os solos, os alimentos e as culturas locais originando uma disfunção ecológica que, muitas vezes, interrompe o ciclo natural dos nutrientes.**

**... a agricultura industrial conseguiu nas últimas oito décadas aumentar significativamente a produtividade por hectare. Mas parece estar a produzir, essencialmente, mais calorias por hectare e não mais nutrientes adequados. Com isso favoreceu o surgimento explosivo de várias doenças.**

<sup>3</sup> Médico dentista que dedicou a vida a analisar as doenças decorrentes da “dieta ocidental”. Publicou vários textos, entre os quais, *Nutrition and Physical Degradation*, em 1939.

para Agricultura e Alimentação (FAO) ou ainda a Organização Mundial de Saúde (OMS).

Sabemos melhor hoje, por exemplo, que pequenas deficiências crônicas de nutrientes podem causar danos ao ADN e lesões oxidativas precursoras de vários tipos de cancro <sup>4</sup>. Se uma dieta mais rica em hortofrutícolas frescos poderia reduzir a deficiência em micronutrientes, parece que teríamos necessidade de comer um volume muito maior desses produtos para se obterem os micronutrientes que anteriormente obtínhamos em produtos oriundos de modelos produtivos mais tradicionais.

De igual modo, nas últimas décadas, nos sistemas de produção animal, passou-se a alimentar os animais com sementes (grãos e rações) ao invés de vegetais (por exemplo, pastagens). Os primeiros possuem, maioritariamente, ácidos gordos Ómega 6 e os segundos, Ómega 3. A indústria não utiliza Ómega 3 pela sua maior propensão à oxidação. Hoje sabemos<sup>5</sup> que o importante é a proporção entre ambos no organismo e essa tem vindo a reduzir-se significativamente. Nada problemático não fosse o Ómega 3 ser fundamental na prevenção da infeção, de doenças cardiovasculares, Alzheimer e AVCs <sup>6</sup>.

Ao mesmo tempo, a tendência para a simplificação dos sistemas agrários levou a uma simplificação das dietas que hoje são, globalmente, centradas em quatro produtos: milho, soja, arroz e trigo. Esses produtos representam, atualmente, cerca de dois terços das calorias consumidas a nível mun-

dial. Isto por oposição às perto de oitenta mil espécies historicamente utilizadas pela humanidade na alimentação.

Como resultado desta evolução temos, crescentemente, que adicionar suplementos alimentares às nossas dietas. Mas estes não têm o mesmo efeito que o alimento completo que os detinha. Sabemos, por exemplo, que uma dieta rica em cereais integrais reduz a mortalidade por todas as causas. Sabemos, também, que ajustando os níveis de toma de todos os componentes bons dos cereais integrais, nomeadamente, fibra alimentar, vitamina E, ácido fólico, ácido fítico, magnésio, manganês, ferro e zinco, ainda assim, o consumo equivalente dos cereais integrais trará um benefício suplementar à saúde (que nenhum dos componentes acima, isolada ou conjuntamente, consegue igualar).

***... a tendência para a simplificação dos sistemas agrários levou a uma simplificação das dietas que hoje são, globalmente, centradas em quatro produtos: milho, soja, arroz e trigo.***

Na tentativa de explicar o inexplicável chega-se, assim, ao conceito de “sinergia alimentar”<sup>7</sup>, que de forma simplificada traduz (para novas audiências)

o que o conhecimento e a dieta tradicionais sabiam há vários séculos. Cozinhamos tomates com azeite, por exemplo, porque nos transmitiram que era bom e não porque a ciência nos disse (recentemente) que dessa forma o licopeno dos tomates ficaria mais disponível no organismo. Esse é um dos papéis da cultura alimentar tradicional. Ela quase sempre soube o que, quanto, como e porque comer. E manteve-se viva (apesar da erosão sofrida), porque, no geral, contribuiu e continua a contribuir, para manter as pessoas com prazer no ato de comer e maioritariamente saudáveis por mais tempo<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> Trabalhos de Bruce Nathan Ames, bioquímico, professor de Bioquímica e Biologia Molecular na Universidade de Berkeley, Califórnia.

<sup>5</sup> Alport, Susan (2006)

<sup>6</sup> Curiosamente, a beldroega (*Portulaca oleracea L.*), muito presente em Portugal, apresenta os maiores níveis de Ómega 3 de entre as espécies vegetais.

<sup>7</sup> A sinergia alimentar pode definir-se, sem grandes pretensões, quando combinamos dois ou mais alimentos que ingeridos conjuntamente permitem a circulação e absorção celular conjunta dos seus compostos.

<sup>8</sup> Aliás, uma discussão importante refere-se à esperança média de vida. Contra a ideia de que vivemos hoje muito mais em média do que vivíamos no início do século pas-

As tradições na alimentação refletem, normalmente, uma longa experiência e uma lógica nutricional nada menosprezáveis. Podem, por isso, comprovadamente, proteger a saúde e são parte fundamental de paisagens alimentares crescentemente valorizadas pelos turistas pós-modernos.

## A (re)invenção da gastronomia e o turismo

*“...reconhecemos o valor dos pequenos produtores, os produtos autóctones e produzidos localmente, fomentando a sustentabilidade dos modos de produção e procurando recuperar produtos esquecidos e diferenciadores do nosso território”*

O parágrafo anterior, retirado do *Manifesto* já mencionado anteriormente, ilustra a dinâmica em curso na última década na relação entre gastronomia, conhecimento tradicional e sociedade (incluindo a visão desta última sobre a primeira). Com efeito, a relação entre determinados territórios, suas paisagens alimentares e a oferta gastronómica aparecem agora como fenómenos quase naturais. Isso resulta da conjugação temporal de vários interesses, incluindo a crescente aproximação da gastronomia à saúde.

Nesse processo, a culinária e a gastronomia passam a formar a base de novos estilos de vida e identidades<sup>9</sup>, tal como referido por Pierre Bourdieu em 1984. Para isto contribuiu, como argumenta-

---

sado, encontram-se argumentos interessantes que passam por retirar a essa média o efeito da (grande) diminuição da mortalidade infantil.

<sup>9</sup> A alimentação, necessidade humana fundamental, difunde-se facilmente como marca identitária.

ram Giddens (1990) e Bauman (1997), a condição pós-moderna, caracterizada por níveis crescentes de insegurança social e pessoal. Nesse contexto, as pessoas procuraram novas fontes de autenticidade e segurança. De preocupação periférica de uma pequena elite a “fetiche televisivo” e preocupação com a saúde na vida quotidiana, a gastronomia (re)inventa-se, optando pelo distanciamento em relação à “alimentação sem lugar”.

Neste contexto, têm surgido nos últimos anos uma série de estudos sobre esta nova gastronomia e sua relação com o turismo em Portugal. Este vínculo tem sido usado de diversas formas, incluindo

os efeitos promocionais baseados em alimentos regionais ou nacionais distintos ou “típicos”, os quais, face à concorrência global na indústria do turismo, são crescentemente utilizados como uma forma de orientar turistas para determinados territórios.

Mas será importante ter em conta que o modelo de desenvolvimento das últimas décadas em Portugal

pode ter contribuído para a erosão dos sistemas agrários tradicionais e respetivas paisagens alimentares. São sinais e consequências dessa erosão a emergência de novos fenómenos de desertificação populacional, a degradação paisagística e ambiental (incluindo maior suscetibilidade aos fogos florestais) e diversas mudanças de padrões alimentares (mesmo em meio rural).

A emergência e a importância que adquiriram diversas patologias originadas na alimentação (sobrepeso, obesidade, cancro, diabetes e hipertensão) são uma das faces dessa moeda. A outra serão várias culinárias em transição, ou seja, a permanência de culinárias “típicas” assentes em siste-

mas e paisagens já não correspondentes – situação comum mesmo em territórios com menor pressão turística.

Dois aspetos são aqui relevantes numa estratégia para o futuro. O primeiro, relacionado com o eventual questionamento de um modelo de desenvolvimento que permitiu, nas últimas décadas, a implementação de medidas de política agrícola e de desenvolvimento rural da União Europeia por vezes pouco ajustadas às prioridades nacionais e locais. O segundo, decorrente parcialmente do primeiro, relacionado com a necessidade de (re)articular vínculos entre os sistemas agrários e os sistemas alimentares locais onde eventualmente se insere a noção de fortalecimento das cadeias curtas. Contudo, note-se que na noção de cadeia subsiste uma insistência na especialização, na simplificação ecológica que esteve e está na base do processo erosivo já mencionado. Nesse sentido, para uma conseqüente (re)invenção da gastronomia, corresponderia fazer uma (re)conexão mais efetiva entre sistemas e paisagens alimentares tradicionais.

Isso não significa que não seja possível dispor no país de um vasto património alimentar de base territorial, cuja valorização se discute no contexto da maior procura por produtos e serviços turísticos associados com a (re)invenção da gastronomia nacional. Pelo contrário. Portugal é talvez, por diversas razões, um dos países europeus com maior potencial nesse sentido. O elevado número de produtos alimentares de qualidade diferenciada é disso mesmo um sintoma.

***A FAO pode dar um contributo nesse domínio através do programa de identificação e conservação dinâmica de sistemas de património agrícola que foram criados e mantidos por gerações de agricultores e pastores com base em diversos recursos naturais e práticas de gestão adaptadas localmente.***

***Em Portugal, a região do Barroso no norte do país é a primeira candidata e outras poderão seguir-se.***

***... a gastronomia portuguesa não é apenas uma herança identitária do passado, mas uma variável-chave para o futuro do país e seus territórios.***

Em função da estratégia montada para o efeito, isto poderá talvez fazer-se mediante a intensificação dos apoios intersetoriais para a agricultura familiar, a reconversão (para a extensificação e diversificação) de sistemas produtivos, a introdução de novos indicadores para majoração de apoios dos fundos comunitários ao investimento nas explorações agrícolas; a maior transmissão de conhecimentos intergeracionais, a formação de jovens (e menos jovens) em turismo e culinária de base territorial (algo pouco valorizado no país) e a emergência e (ou) consolidação de novas formas participativas de governança territorial.

A FAO pode dar um contributo nesse domínio através do programa de identificação e conservação dinâmica de sistemas de património agrícola que foram criados e mantidos por gerações de agricultores e pastores com base em diversos recursos naturais e práticas de gestão adaptadas localmente. Esses sistemas refletem a evolução da humanidade, a diversidade do seu conhecimento e a sua profunda relação com a natureza, traduzindo-se numa multiplicidade de bens e serviços relacionados com as paisagens alimentares. Em Portugal, a região do Barroso no norte do país é a primeira candidata e outras poderão seguir-se.

## **Conclusão**

Num país onde uma parte da população ainda não valoriza os aspetos distintivos da sua identidade e da sua cultura, o *Manifesto* dos *chefs* portugueses e a importância por estes atribuída às nossas identidades alimentares terá, com certeza, uma reper-

cussão direta na crescente valorização destas realidades. Nesse sentido, a gastronomia portuguesa não é apenas uma herança identitária do passado, mas uma variável-chave para o futuro do país e seus territórios. Um ponto de viragem com os riscos e potencialidades inerentes.

Vimos que as paisagens alimentares podem retratar a evolução dos sistemas alimentares tradicionais, incluindo as interações sociais e a cultura culinária associadas. Vimos, também, que o entrelaçamento entre determinados sistemas alimentares e uma nova gastronomia (re)inventada pode favorecer várias componentes do bem-estar, incluindo a saúde. Isto é particularmente importante quando se reconhecem as limitações decorrentes da modernização dos sistemas alimentares verificada nas últimas décadas.

Por essa razão, a valorização da identidade gastronómica portuguesa deve acompanhar-se de uma acrescida coerência entre os sistemas agrários tradicionais e as paisagens alimentares e sua preservação dinâmica. É por isso importante o (re)conhecimento do património imaterial desses sistemas, incluindo as suas identidades gastronómicas. Com isto, será possível definir não só estratégias e políticas para essa preservação dinâmica, mas também ações coerentes de *marketing* territorial envolvendo maior coordenação e alinhamento dos fundos comunitários e nacionais disponíveis. A FAO já está a contribuir para isso.

Para que esta estratégia se amplie será necessária a conjugação de esforços e investimentos dos diversos níveis do poder executivo em Portugal, desde o Estado Central ao Poder Local, dos agentes privados envolvidos na indústria do turismo e dos diversos atores que compõem as comunida-

**... será necessária a conjugação de esforços e investimentos dos diversos níveis do poder executivo em Portugal, desde o Estado Central ao Poder Local, dos agentes privados envolvidos na indústria do turismo e dos diversos atores que compõem as comunidades locais, desde as associações de produtores à população em geral.**

des locais, desde as associações de produtores à população em geral. Aliás, novos modelos de participação e governança a nível local serão importantes para procurar uma correlação de interesses a nível local que permita avançar na (re)conexão de sistemas

agrários, sistemas alimentares e respetivas paisagens, valorizando e explorando, de forma equitativa e sustentável, este importante património imaterial de Portugal.

## Bibliografia e fontes

- Alport, Susan. *The Queen of Fats: why Omega 3 s were removed from the western diet and what we can do to replace them*, Berkeley University Press, 2006
- Bauman, Zygmunt. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*, Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 1997
- Bell, D. and Valentine, G. *Consuming Geographies: We are where we eat*. Routledge, London, 1997
- Bessière, J. "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas". *Sociologia Ruralis* 38, Paris, 1998
- Bessière, J. "The role of rural gastronomy in tourism". In Roberts, L. and Hall, D. R. (Eds) *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, CABI, Wallingford, 2001
- Baldwin, John R., Faulkner, Sandra L., Hecht, Michael L., Lindley, Sheryl L., *Redefining Culture: Perspectives Across the Disciplines*, Taylor & Francis e-library, 2008
- Cândido, Guida, *Cinco Séculos à Mesa*, Editora Dom Quixote, Lisboa, 2016
- Carvalho, Nelson, *Viagens pela Receitas de Portugal*, Caminho das Palavras, Évora, 2015
- Dodd, D. *Food and the Tourism Experience*. OECD, Paris, 2012
- Dufumier, Marc. *Les projets de développement agricole – manuel d'expertise*. Paris, CTA-Karthala, 1996
- FAO. *Agrarian systems diagnosis*. FAO, Roma, 1999
- . *Comunicação, diálogo e conciliação: DPTN – mais que um método, uma estratégia de integração e interação*. Roma, FAO, 2007
- . *Diagnóstico Territorial Participado e Negociado (DTPN)*. Roma, FAO, 2005

Flandrin, Jean Louis, Montanari, Massimo. *História da Alimentação*, Estação Liberdade, São Paulo, 1996

Giddens, Anthony. *The Consequences of Modernity*, Polity Press, 1990

Hjalager, A.-M. e Richards (2002). *Tourism and Gastronomy*. Londres: Routledge

Lovois de Andrade, Miguel. *Dinâmica e diferenciação de sistemas agrários*, Editora da UFRGS, Porto Alegre, 2009

Mazoyer, M.; Roudart, L. *História das agriculturas do mundo: do Neolítico à crise contemporânea*, Instituto Piaget, Lisboa 2001

Panelli, Ruth, Tipa, Gail. *Beyond foodscapes: Considering geographies of Indigenous well-being. Tipa and Associates*, Nova Zelândia, 2009

Pollan, Michael. *Em Defesa da Comida*, Editora Intrínseca, Rio de Janeiro, 2008

Ribeiro, Orlando: *Opúsculos geográficos, IV Volume, O Mundo Rural*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 1991

Roberts, Paul. *O Fim da Comida*, Estrela Polar, Alfragide, 2008

### Outras Fontes

*Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa*, maio de 2017, disponível em <http://sanguenaguelra.pt/manifesto/> – acesso em 14.08.2017

## A diferenciação no setor cerealífero aliada à panificação artesanal

DIOGO AMORIM

*Gleba – Moagem e Padaria*

### A agricultura de cereais em Portugal

É bem certo que Portugal não é um país competitivo no que toca à produção de cereais panificáveis. O presidente do Clube Português dos Cereais de Qualidade, Fernando Carpinteiro Albino, aponta que 92% dos cereais que compõem o pão que consumimos são, na verdade, importados [1]. Portanto, seja este de Mafra, Alentejano ou de Rio Maior é, certamente, produzido a partir de cereais provenientes de países estrangeiros.

As origens mais frequentes são França, Alemanha e Polónia, mas também há muitos cereais vindos do outro lado do oceano de grandes potências cerealíferas, como os Estados Unidos da América e o Canadá.

Existem algumas razões que justificam esta enorme dependência externa. A principal, apontada pelo Eng.º Benvindo Maçãs, diretor do INIAV de Elvas, é que Portugal não consegue competir em quantidade. O Alentejo, por exemplo, que é ainda hoje a região onde mais trigo se produz, tem, regra geral, solos pobres com baixos teores de matéria orgânica e azoto. As primaveras são excessiva-

mente quentes, o que coloca a planta sob *stress* numa fase ainda muito precoce, levando a um mau enchimento da espiga, acompanhado de baixos teores em proteína. A quantidade e qualidade das proteínas que compõem o trigo ditam a sua aptidão para a panificação moderna, sendo que, em regime de sequeiro, há muitos anos em que estas não atingem os parâmetros da indústria. Tanto no Alentejo como em Trás-os-Montes, onde se cultivava trigo de sequeiro com alguma dimensão, bem

como centeio, houve um grande desinvestimento nos cereais, para se passar a apostar em olival, vinha e pecuária. Noutras regiões do país que teriam, eventualmente, melhores condições para o cultivo de

trigo, não há explorações com dimensão que justifique o seu cultivo ou opta-se por outros tipos de cultura, como o milho.

***... Portugal não é um país competitivo no que toca à produção de cereais panificáveis. ... seja o pão de Mafra, Alentejano ou de Rio Maior é, certamente, produzido a partir de cereais provenientes de países estrangeiros.***

### Diferenciação no setor cerealífero

Parece-me muito óbvio pela análise que tenho vindo a fazer, baseada nos testemunhos de agricultores e agrónomos de referência, que Portugal não tem condições para ser autossuficiente na produ-

ção de cereais panificáveis. Não é isso que venho com este artigo defender, mas sim a produção de cereais panificáveis num regime de agricultura diferenciada. O pão é um alimento histórico, de alto valor gastronómico e cultural. É também um alimento que sofreu um invasivo processo de modernização, que levou a que praticamente todo o pão consumido pelos portugueses seja produzido num regime de produção industrial ou semi-industrial [2]. Também não venho defender que o pão passe a ser todo produzido de forma artesanal, porque grande parte dos portugueses não teria forma de pagar o seu processo largamente mais demorado e ineficiente, que teria que ser posto em prática por mão-de-obra bem mais especializada.

O facto é que, embora não se consiga transformar todo o pão preparado industrialmente em pão artesanal, acredito, sem a menor das dúvidas, que há um mercado crescente de consumidores interessados em pagar mais por tal produto. Esta convicção é fundamentada pelo vertiginoso crescimento do mercado biológico, por exemplo. Em Portugal, deu-se um crescimento da área cultivada em agricultura biológica de cerca de 12%, a que correspondem perto de 4 000 produtores e 300 processadores/transformadores e um valor total de produção superior a 22 milhões de euros [3]. Mesmo assim, segundo a AGROBIO, já há, em Portugal, o dobro da procura em relação à produção nacional de produtos biológicos. No que toca a cereais panificáveis, a oferta é nula ou praticamente nula.

***O pão é um alimento histórico, de alto valor gastronómico e cultural. É também um alimento que sofreu um invasivo processo de modernização, que levou a que praticamente todo o pão consumido pelos portugueses seja produzido num regime de produção industrial ou semi-industrial.***

***... embora não se consiga transformar todo o pão preparado industrialmente em pão artesanal, ... há um mercado crescente de consumidores interessados em pagar mais por tal produto.***

***O Alentejo tem, no entanto, face a países mais temperados e com chuvas mais constantes, uma vantagem. O clima seco e o forte calor que se faz sentir na altura das colheitas, no Verão, dispensa a utilização intensiva de pesticidas e fungicidas e permite uma boa conservação do grão ao longo do ano, sem recurso a muitos tratamentos químicos.***

Em 2016, comparecendo nas comemorações do Dia do Agricultor, organizadas anualmente no INIAV de Elvas, verifiquei que a aposta em cereais panificáveis se tem orientado para a produção de trigos melhoradores. Estas varie-

dades, apesar de geralmente menos produtivas, têm potencial genético para ter teores de glúten mais elevados, adquirindo assim um valor comercial superior. No entanto, face aos solos pobres do Alentejo, são variedades muito exigentes, obrigando a adubação intensiva. Os resultados têm sido positivos em regadio, mas extremamente inconstantes no sequeiro. Não chovendo, a penetração dos adubos de cobertura nos solos, torna-se

muito difícil obtendo-se, por consequência, trigos pouco proteicos e desequilibrados. Por equilíbrio, entende-se uma boa proporção entre as proteínas

constituíntes do glúten – as gliadinas e as gluteninas –, para que a farinha apresente uma boa relação entre P (tenacidade) e L (extensibilidade), permitindo uma fácil manipulação das massas (cada vez mais mecanizada) e a obtenção de pães leves e alveolados. O Alentejo tem, no entanto, face a países mais temperados e com chuvas mais constantes, uma vantagem. O clima seco e o forte calor que se faz sentir na altura das colheitas, no Verão, dis-

penza a utilização intensiva de pesticidas e fungicidas e permite uma boa conservação do grão ao longo do ano, sem recurso a muitos tratamentos químicos. Tendo em conta esta vantagem, os agricultores alentejanos têm vindo a apostar na certificação BTP, cereais com baixo teor de pesticida-



**Figura 1:** Broa de milho “pigarro” do Minho (ingredientes: milho branco “pigarro”, centeio “verde”, água e sal marinho da Figueira da Foz) e Pão de trigo “barbela” de Trás-os-Montes (ingredientes: trigo “barbela”, água e sal marinho da Figueira da Foz)



Fonte: Gleba – Moagem e Padaria

das, os únicos aptos para a elaboração de papas de bebé. Estes cereais beneficiam de um acréscimo, por tonelada, de cerca de 30 euros face aos cereais convencionais, pelo que têm sido também uma boa aposta [4].

### Diversidade numa ótica de valorização sustentável

Numa lógica de valorização de um produto tradicional em todo o mundo como é o pão, pelo seu valor cultural, gastronómico e pelo seu potencial para ser um produto extremamente saudável, venho defender uma produção sustentável de cereais panificáveis aliada à panificação artesanal de qualidade. Enquanto para a indústria a qualidade dos cereais é definida apenas por alguns parâmetros standardizados que excluem por completo o sabor e o aroma, venho apelar a uma abordagem mais próxima da que existe para os vinhos. Para além dos inúmeros processos possíveis para a elaboração do vinho, as castas e o *terroir* que envolve o seu cultivo são parâ-

metros que se sabem importantíssimos para as características organolépticas do vinho. A verdade é que, tal como no mundo vinícola somos riquíssimos em diversidade, também nos cereais abundamos em variedades regionais, interessantíssimas e adaptadas às suas regiões de cultivo. Variedades essas que, aliadas a uma agricultura com baixa utilização de fatores de produção, possivelmente beneficiando de certificados como o de agricultura biológica, satisfazem nichos de mercado em crescimento. Estes nichos valorizam produtos de alto valor nutricional, biológicos, sustentáveis, tradicionais, responsáveis, nacionais... e todos estes parâmetros são satisfeitos pelos cereais que proponho serem produzidos.

Para o padeiro que visa uma panificação artesanal de qualidade, uma maior variedade de cereais, cultivados numa maior diversidade de *terroirs* significa um mundo incalculável de sabores e combinações. Tal como no vinho, para além das características endógenas à própria variedade, o *terroir* tem uma grande influência sobre as características do cereal em questão. Os processos pelos quais se transformam grãos em pão, passando por todas as etapas: a moagem, a amassadura, a fermentação,

a cozedura..., com todas as diferentes formas de as executar, criam uma miríade de possibilidades. Poderá parecer que o consumidor português não valorizaria todas estas pequenas *nuanças*, pois o pão é visto, usualmente, como um alimento generalizado, barato e de conveniência. No entanto, há que observar que tem havido, ao longo dos últimos anos, um grande foco na gastronomia. Graças ao

enorme crescimento que se tem verificado em termos de conteúdos gastronómicos, seja em livros, programas de televisão, redes sociais, revistas ou

***Para o padeiro que visa uma panificação artesanal de qualidade, uma maior variedade de cereais, cultivados numa maior diversidade de terroirs significa um mundo incalculável de sabores e combinações.***

***Os processos pelos quais se transformam grãos em pão, passando por todas as etapas: a moagem, a amassadura, a fermentação, a cozedura..., com todas as diferentes formas de as executar, criam uma miríade de possibilidades.***

jornais, acredito que o consumidor português está cada vez mais sensibilizado para produtos de alto valor gastronómico. A gastronomia de qualidade é, também, cada vez mais, uma atração turística, sendo que um turista gasta em média 25% do seu *budget* em comida, chegando por vezes a 35% em destinos mais caros [5]. Segundo a *World Food Travel Association*, nos dias que correm, 93% dos turistas de todo o mundo viajam com o propósito de experienciar a gastronomia dos seus locais de destino.

Toda esta diversidade de castas não tem um interesse somente organoléptico e gastronómico. A Dra. Maria Carlota Vaz Patto, investigadora no ITQB (Instituto de Tecnologia Química e Biológica da Universidade Nova de Lisboa), salienta que a diversidade genética é importantíssima para responder aos estímulos que a natureza nos vai colocando. Sejam pragas, doenças ou alterações climáticas, o raciocínio é óbvio: a diversidade é essencial para aumentar a probabilidade de resiliência a todo o tipo de estímulos prejudiciais à prosperidade de determinada espécie. Com a propagação dos híbridos, têm vindo a perder-se muitas cultivares e populações de inúmeras espécies e, assim, diversidade genética. Apesar de muito produtiva, a utilização deste tipo de sementes representa um risco considerável para o agricultor que caso se veja diante de um nova praga ou doença, por exemplo, ora gasta fortunas em agroquímicos com efeitos nefastos para o meio-ambiente, ora se arrisca a perder toda a sua produção. Assim, venho novamente defender que as variedades tradicionais e a policultura são o caminho a seguir numa ótica de agricultura agroecológica, cujo valor para o consumidor tem vindo a aumentar.

*... a diversidade é essencial para aumentar a probabilidade de resiliência a todo o tipo de estímulos prejudiciais à prosperidade de determinada espécie.*

*Na padaria Gleba, compram-se cereais diretamente a agricultores portugueses, privilegiando variedades regionais produzidas de forma sustentável. Faz-se a moagem destes cereais em moinho de pedra, o que resulta numa farinha rica e integral.*

## O processo de panificação diferenciado na padaria Gleba

### *Os cereais e a sua transformação em farinha verdadeiramente portuguesa*

Na padaria Gleba, compram-se cereais diretamente a agricultores portugueses, privilegiando variedades regionais produzidas de forma sustentável. Faz-se a moagem destes cereais em moinho de pedra, o que resulta numa farinha rica e integral. Este processo tradicional de moagem não aquece a farinha, o que faz com que esta tenha as suas propriedades nutricionais absolutamente conservadas, bem como o aroma. Este tipo de moagem converte 90% do grão em farinha, face aos 78% que se extraem numa farinha industrial do tipo 65. Sendo assim, a farinha da Gleba retém a totalidade do gérmen do grão e uma alta percentagem de farelo, ambas partes extremamente ricas nutricionalmente, em sabor e aroma. Esta farinha, de forma a estar no expoente máximo da sua qualidade, tem que ser consumida fresca, na minha opinião, no período máximo de uma semana. Industrialmente, no caso da farinha de trigo até se privilegiam farinhas velhas que, estando expostas durante mais tempo ao ar, são oxidadas, o que resulta em massas com melhores propriedades reológicas. Tal massa só poderá dar origem a pão que, embora macio e alveolado, se distancia por completo da sua origem, que é o grão. Nesse caso sim, com farinha velha, para não dizer morta, branca de tão refinada, não fará grande diferença a variedade do trigo ou o *terroir* em que foi cultivada. Torna-se então muito fácil definir esta farinha a partir de meia dúzia de parâmetros físico-químicos, estabelecendo-se assim, muito certamente, a sua “qualidade” e consequente valor.

O nosso processo de moagem representa também a conservação de um saber antigo, que remonta há já alguns milhares de anos.

Não o fazemos sobre a forma de um fóssil, estático e imutável, mas atribuímos-lhe vida e evolução. Os moinhos de pedra foram substituídos pelos modernos moinhos de cilindros, por uma questão de conveniência, capacidade de produção e eficiência e não por uma questão de qualidade. A farinha passou a ser definida de acordo com parâmetros muito específicos, num mercado cerealífero extremamente globalizado, que deixa pouco espaço para a mais ténue diferenciação. Novamente, volto a reforçar que não sou contra a modernidade. Os moinhos de cilindros foram uma ótima invenção. A farinha que deles resulta é muito mais estável e uniforme, sendo que, por se conseguir fazer uma separação muito mais eficiente entre as partes perecíveis do grão (farelo e gérmen, ricos em ácidos gordos insaturados) e o endosperma, a farinha tem um tempo de vida muito maior. Assim, é possível concluir que a evolução tendeu para onde tinha que tender, sendo que tal farinha assenta como uma luva à generalidade do presente.

Mas, novamente, venho pregar que há espaço para os moinhos de mós de pedra numa ótica de diferenciação por qualidade e conservação de património tecnológico. Porque, sendo um sistema tecnológico mais simples e menos eficiente, leva a uma

***O nosso processo de moagem representa também a conservação de um saber antigo, que remonta há já alguns milhares de anos.***

***a fermentação natural é não só alcoólica, mas também láctica, envolvendo a degradação de inúmeros compostos presentes no pão, para além dos açúcares. Este processo ...tem uma grande influência na complexidade e qualidade aromática do pão...***

indústria de menor escala, que permite a fantástica exploração do nosso património genético cerealífero, criando-se farinhas

verdadeiramente únicas. E estas são a base do pão, em conjunto com o sal e a água. No entanto, é a fermentação que transporta o pão para uma outra dimensão, transformando-o intrinsecamente.

### **A fermentação natural para um pão de excepcional qualidade organolética e nutricional**

A fermentação natural é um fenómeno complexo que envolve uma grande diversidade de microorganismos, ao contrário da fermentação convencional que é levada a cabo por uma única espécie de leveduras chamada *Saccharomyces cerevisiae* [6]. No segundo caso, a transformação é simples: as leveduras alimentam-se dos açúcares presentes na massa, produzindo, conseqüentemente, um pouco de álcool e

muito dióxido de carbono. Estas leveduras foram selecionadas para fazerem tal trabalho de forma rápida e sem desvios [6].

Por outro lado, a fermentação natural é não só alcoólica, mas também láctica,

envolvendo a degradação de inúmeros compostos presentes no pão, para além dos açúcares. Este processo, levado a cabo por enzimas tanto endógenas como sintetizadas pelos microorganismos, tem uma grande influência na complexidade e qualidade aromática do pão, visto que os compostos de menor peso molecular resultantes da degradação enzimática são mais saborosos que os grandes compostos que lhes deram origem [7]. Basta pensar, por exemplo, no caso do amido, que na sua forma pura é inodoro e sem sabor. Este hidrato de carbono complexo não é nada mais do que moléculas de glucose ligadas entre si, sendo que estas são, como todos sabe-

**Figura 2: Moagem na Gleba**



Fonte: Gleba – Moagem e Padaria

mos, intensamente doces. A degradação de proteínas em péptidos e aminoácidos tem uma enorme influência no sabor do pão, sendo que estes não só acrescentam *sabor* de forma direta, como intervêm ativamente nas reações de Maillard que ocorrem na crosta do pão, elemento importantíssimo para as características organolépticas deste alimento [7].

A degradação enzimática consequente da fermentação não tem implicações apenas no sabor do pão. A conversão de moléculas de elevado peso molecular em moléculas mais simples facilita a sua digestão e biodisponibilidade, tornando este alimento fácil de digerir [8]. Uma rede de moléculas extremamente complexa que ultimamente tem suscitado inúmeras dietas e abstenções no consumo de pão é o glúten. Trata-se de uma rede que é intensamente degradada por proteases endógenas do próprio trigo e exógenas por parte de bactérias lácticas, fenómeno que não acontece de forma alguma numa fermentação convencional [9]. Este facto é descrito em inúmeros estudos científicos, nomeadamente por uma equipa de cientistas italianos que provou que o teor de glúten era muito menor em pães fermentados de forma natural [10]. A doença celíaca atinge cerca de 1% da população mundial, sendo que nos Estados Unidos, por exemplo, cerca de 29% da população evita o consumo de glúten [11]. Estudos provam que não só esta enorme faixa dos ditos “intolerantes” pode consumir pão de fermentação natural sem qualquer problema, mas também que os celíacos podem ingerir pequenas quantidades sem a mais pequena reação adversa [10].

Concluindo, julgo que Portugal deve apostar mais numa produção diferenciada de cereais. Estes sustentam a civilização, sendo logicamente essenciais na alimentação dos portugueses. São parte abso-

**Portugal deve apostar mais numa produção diferenciada de cereais. Estes... são parte absolutamente integral no pão que é um alimento crucial na nossa cultura gastronómica. Com o crescimento de nichos valorizadores de produtos locais, sustentáveis, biológicos e de alto valor gastronómico, há que abarcar o pão nessa revolução, destacando matérias-primas verdadeiramente nacionais...**

lutamente integral no pão que é um alimento crucial na nossa cultura gastronómica. Com o crescimento de nichos valorizadores de produtos locais, sustentáveis, biológicos e de alto valor gastronómico, há que abarcar o pão nessa revolução, destacando matérias-primas verdadeiramente nacionais, transformadas

a partir de processos naturais e conscientes, que visem a dignificação de um alimento de valor prático e simbólico incalculável.

## Referências bibliográficas

- [1] LUSA, “Pão 100% português promove produção de cereais em Portugal”, *Público*, 2016
- [2] Henriques, Francisca, “O pão que a máquina amassou”, *Público*, 2017
- [3] LUSA, “Sector da agricultura biológica cresce “claramente puxado pelo consumidor””, *Público*, 2017
- [4] Martins, Isabel, “Os cereais em que vale a pena investir”, *Vida Rural*, 2014
- [5] World Food Travel Association, *Food & Beverage Tourism Future Bright Says World’s Largest Research Study*, [Online], 20 de Junho de 2016 [Citação: 14 de Julho de 2017] <http://www.worldfoodtravel.org/articles/food-beverage-tourism-future-bright-says-worlds-largest-research-study>
- [6] Katina, Kati, “Sourdough: a tool for the improved flavour, texture and shelf-life of wheat bread”, *VTT PUBLICATIONS*, 2005
- [7] Martínez, Anaya, “Enzymes and Bread Flavor”, *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 1996
- [8] Poutanen, Kaisa, Flander, Laura, e Katina, Kati, *Sourdough and cereal fermentation in a nutritional perspective*, Elsevier, Finlândia, 2009
- [9] Thiele, Claudia, Grass, Simone, e Gänzle, Michael, “Gluten Hydrolysis and Depolymerization during Sourdough Fermentation”, *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, Alemanha, 2004
- [10] Greco, Luigi *et al.*, *Sourdough Bread Made from Wheat and Nontoxic Flours and Started with Selected Lactobacilli Is Tolerated in Celiac Sprue Patients*, 2011
- [11] Oksman, Olga, “Could sourdough bread be the answer to the gluten sensitivity epidemic?”, *The Guardian*, 2016

# OBSERVATÓRIO

---

## **CULTIVAR**

Fig. *FORMAR PELA INSTRUÇÃO, DESENVOLVER.*

## Solo, cozinha e mesa: cinco “receitas” para quatro questões

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração-Geral (GPP)

Para além do debate técnico e conceptual sobre a importância de uma relação mais estreita entre a agricultura (ou mar), a produção de alimentos, a cozinha e a gastronomia, pareceu-nos essencial ter o relato de experiências mais concretas desta “cadeia de valor(es)”, particularmente ao nível da restauração. Com efeito, é no extremo desta cadeia que se materializa a oferta das iguarias (entendida como cozinha confeccionada com esmero) e que é possível verificar a exequibilidade da gastronomia enquanto fator de diferenciação e desenvolvimento de toda a cadeia.

Assim, partindo de quatro questões que nos interessavam no âmbito desta temática, decidimos contactar diretamente os agentes no terreno. Abarcaram-se experiências desde os elementos mais criativos, com uma vertente artística muito acentuada sem contudo deixarem de ter uma vida empresarial intensa, até à vertente mais pragmática mas também inovadora de uma ligação muito estreita à produção.

Tendo em conta a multiplicidade e excelência da oferta e as restrições de espaço, acabámos por escolher cinco visões: José Avillez, um dos mais conceituados cozinheiros portugueses; Bertílio Gomes, que

se destaca pelo seu trabalho com produtos genuinamente portugueses e sazonais; Kevin Gould, um jornalista britânico que trabalha para o *The Guardian*, viajando e escrevendo sobre as cozinhas do mundo, e que escolheu fixar-se em Portugal; João Pereira, com diversos projetos ligados à valorização da agricultura, incluindo a área da restauração; e Gonçalo Bagulho Albino, em representação da marca Carnalentejana e de um projeto que faz claramente a ponte entre agricultura e restauração.

As experiências e as abordagens são pois diversas, como diversa foi a forma de recolher os depoimentos: consoante a preferência dos intervenientes, foram recebidos por escrito ou recolhidos ao vivo. A diversidade não nos impediu, contudo, de chegar a algumas conclusões (em anexo, apresentamos ainda alguns dados sobre a importância da produção agroalimentar nacional no setor do alojamento e restauração).

### As questões

1. Na gastronomia portuguesa, que tipo de equilíbrio se deve estabelecer entre ingredientes específicos, antigas tradições e capacidade de inovação/criatividade dos *chefs*?

2. Os seus clientes estão dispostos a pagar mais pela qualidade acrescida dos produtos que consomem ou a arriscar provar produtos menos usuais?
3. Que sugestões tem para incentivar e melhorar a ligação entre produtores primários e *chefs*? E entre *chefs* e investigadores?
4. A gastronomia de qualidade deve permanecer um nicho de mercado ou devem procurar-se novas formas de a fazer chegar ao grande público?

## As “receitas”

**José Avillez** [depoimento recebido por escrito]

**BI:** José Avillez, 38 anos, cozinheiro, *chef* e criador de diversos restaurantes; autor de livros (*Um Chef em Sua Casa*; *Petiscar com Estilo*; *Cantinho do Avillez – As Receitas*; *Combinações Improváveis*) e de programas de rádio e televisão (*JA ao Lume*; *Combinações Improváveis* e *O Chef Sou Eu*)

Destacando-se pelo espírito empreendedor, pela vontade de ir mais além e pelo gosto pelo mundo do espetáculo, José Avillez criou vários restaurantes em Lisboa e um no Porto, que revelam a sua enorme paixão pela cozinha através de diferentes experiências gastronómicas: o *Belcanto* (distinguido com duas estrelas Michelin e considerado um dos cem melhores restaurantes do mundo na lista “The World’s 50 Best Restaurants”), onde pratica a cozinha que verdadeiramente o identifica e apresenta a sua evolução criativa; o *Beco – Cabaret Gourmet*, um espaço boémio que cruza alta cozinha e espetáculo; o *Mini Bar*, um bar gastronómico no Teatro São Luiz; o *Bairro do Avillez* que integra vários conceitos inspirados nos melhores sabores portugueses no mais atípico dos bairros lisboetas, embora tenha *Mercearia*, *Taberna*, *Páteo* e ainda uma *Cantina Peruana* (com o *chef* Diego Muñoz); o *Cantinho do Avillez* que são dois cantinhos, um em Lisboa e outro no Porto, com cozinha de ins-

piração portuguesa e influências de múltiplas viagens; o *Café Lisboa* que surgiu da vontade de redynamizar o Largo de São Carlos e está inserido no Teatro Nacional, estendendo-se numa esplanada; e, finalmente, a *Pizzaria Lisboa* que corresponde a um sonho de criança.

Em 2007, tinha criado o *take-away JA em Casa*, que ainda mantém. Desde o início da sua carreira, tem recebido diversos prémios e participado em inúmeros eventos.

1. Tenho um grande respeito pela tradição. Quando estou a criar um prato, posso ir buscar inspiração aos nossos sabores, mas não de uma forma fundamentalista.  
  
Aplico conhecimentos e técnicas de alta-cozinha a receitas tradicionais, não com o objetivo de as transformar, mas de as aperfeiçoar e de as levar mais além. Dando um exemplo simples: os conhecimentos que hoje temos sobre os pontos de cozedura fazem toda a diferença na preparação de um peixe ou de um marisco.
2. Sim, se for um preço justo para a qualidade que servimos. Os clientes estão cada vez mais sensíveis e atentos. Querem investir na qualidade, não só de sabor, mas também no fator saúde.
3. Para melhorar a ligação entre todos, sugiro que os produtores e os investigadores comam nos restaurantes dos *chefs* e que estes, por sua vez, visitem as produções e conheçam o trabalho dos investigadores. Desta forma, ao conhecermos o trabalho de todos, estaremos alinhados e poderemos definir objetivos e trabalhar para os atingir.
4. A gastronomia de qualidade deve chegar a todos.

**Bertílio Gomes** [depoimento recebido por escrito]

**BI:** Bertílio Gomes, 40 anos, cozinheiro, *chef* e sócio do *Chapitô à Mesa*, sócio e dinamizador da *Ice Gourmet*, gelados artesanais; coautor do livro de gastro-



nomia *Algarve Mediterrânico: Tradição, Produtos e Cozinhas*, com Maria Manuel Valagão e Vasco Célio.

Apaixonado pela cozinha tradicional e sensível às questões da sustentabilidade, Bertílio Gomes iniciou a sua formação na Escola João da Matta em Lisboa, tendo-se especializado com mestres internacionais em escolas de renome, como o *Culinary Institute of America* (Nova Iorque), a *École du Grand Chocolat* (Lyon), *SolléGraells* (Barcelona) ou Angelo Corvitto (Girona).

De regresso a Lisboa, inicia o percurso profissional em 1995, passando por diversas experiências relevantes: *Hotel da Lapa*, *Bica do Sapato*, *Faz Figura*, *Vir’gula* e *Casa da Comida*. Simultaneamente, participa em inúmeros eventos e congressos gastronómicos nacionais e internacionais (Congresso dos Cozinheiros, Peixe em Lisboa, Lo Mejor de la Gastronomía – San Sebastian, Forum Girona, Madrid Fusion, Gastronomia – Valência, Terra Madre – Turim, Slowfish – Génova), tendo sido também responsável pela programação gastronómica do projeto *Allgarve*.

Recebeu os prémios *Chef de l’Avenir* pela Academia Internacional de Gastronomia em 2009 e *Jovem Cozinheiro do Ano 1998*.

1. A boa articulação e convivência entre estes três importantes elementos é fundamental para assegurar um futuro saudável para a cultura de uma nação. É consensual que a autenticidade e a diferenciação são pontos essenciais na afirmação da identidade dos povos, resultando no interesse turístico dos destinos, que por sua vez contribui para o crescimento e estímulo das economias e o desenvolvimento e bem-estar dos países.

Neste sentido, é prioritário que a gastronomia se desenvolva pelas mãos dos cozinheiros, através de propostas culinárias alicerçadas nos produtos autóctones que mais diferenciem o nosso território dos restantes. Por outro lado, o recei-

tuário tradicional é revelador das vivências locais e da história, que em muito podem contribuir para projetar e inspirar os cozinheiros na criação de uma proposta culinária única, saudável e moderna.

2. De uma forma geral, todos os clientes estão disponíveis para novas experiências, através de novos produtos e técnicas. Sendo necessário haver um enquadramento e explicação ao cliente do que irá comer, a relação qualidade/preço normalmente é bem aceite, se a experiência corresponder à expectativa.
3. Em Portugal, a maior dificuldade dos cozinheiros é conseguirem que os produtores primários de diferentes geografias do país consigam assegurar o fornecimento dos seus produtos de uma forma regular aos restaurantes e hotéis. Normalmente, os produtores que têm os produtos diferenciadores de excelência não têm a capacidade de distribuição e não dominam as técnicas do *marketing* e comunicação para valorizar e posicionar os seus produtos num mercado competitivo e dominado pelos grandes grupos empresariais.

Para solucionar este problema, são fundamentais duas coisas:

- Que seja criada uma plataforma digital de divulgação e promoção de produtos e pequenos produtores;
- Que seja criada uma logística de distribuição que apoie os pequenos produtores a colocarem os seus produtos rapidamente no mercado, otimizando recursos e custos.

No que diz respeito aos cozinheiros e investigadores, vão aparecendo algumas parcerias, mas mais numa vertente de imagem, com uma perspetiva de comunicação, que não revela um trabalho com substância e interesse, e que acaba por não se traduzir em conhecimento partilhado publicamente.

Esta relação deve ser promovida pelos ministérios e institutos dentro de cada especialidade.

4. Toda a gastronomia deverá ter qualidade! E deve chegar a todos nas diversas formas e versões, para todas as ocasiões. Boa gastronomia tanto pode ser um bolinho de bacalhau, como um robalo de mar preparado de uma forma sofisticada. Aquilo que dita o que é bom ou mau não é o preço nem o local onde é servido (taberna ou restaurante de luxo), mas sim a qualidade dos produtos e a sua confeção.

#### Kevin Gould [depoimento recebido por escrito]

**BI:** Kevin Gould, 58 anos, cozinheiro, jornalista do *The Guardian*, homem de sete ofícios e futuro dono de uma tasca em Olhão; autor de diversos livros, incluindo *Dishy – Real Food for Real People* e *Loving and Cooking With Reckless Abandon*

Depois de uma carreira dedicada a cozinhar, a vender produtos alimentares de qualidade e a prestar aconselhamento em matéria de alimentação, Kevin Gould decidiu mudar-se para Portugal porque se apaixonou pelas pessoas, pelo lugar, por todas as dimensões da cultura e pela incrível diversidade e excelência dos produtos alimentares.

As viagens levaram-no a percorrer o mundo inteiro em busca dos melhores ingredientes e, na sua opinião, o peixe, as frutas, os legumes e os lacticínios que encontrou em Olhão são pelo menos tão bons como os melhores em qualquer parte do mundo.

“Eu tento apenas criar um contexto (...) que leve as pessoas a refletirem um pouco mais sobre aquilo que comem. Não há nada mais íntimo na nossa vida quotidiana do que cozinhar e comer. A comida alimenta-nos e torna-se parte de nós. A ideia de que a devemos reduzir a uma qualquer fórmula implica, de certa forma, depreciá-la.”<sup>1</sup>

1. Só posso falar da minha experiência. A comida que eu mais aprecio e valorizo tem as suas raízes na tradição, respeita e reflete o *terroir*, representa a sua cultura e evolui em perfeita har-

monia com as aspirações das pessoas que a consomem.

2. A pergunta é confusa: o preço não tem nada a ver com a raridade. Se a atmosfera e a apresentação de um restaurante forem interessantes e adequadas, não faz qualquer diferença que os produtos oferecidos sejam “rústicos” ou “gourmet”, desde que a equação preço/valor/qualidade seja respeitada.

3. Em relação aos investigadores, não posso responder. [No que diz respeito aos produtores,] a minha impressão é que os produtos locais e sazonais são para os *chefs* uma tendência reconhecida e que veio para ficar.

4. A alimentação de qualidade é um direito de todos. Portugal destaca-se na disponibilidade de ingredientes frescos, produzidos localmente. O facto de alguns desses ingredientes poderem ser considerados “humildes” não os prejudica em nada, podendo até aumentar o seu valor.

#### João Pereira [depoimento recolhido ao vivo]

**BI:** João Pereira, 46 anos, engenheiro agrónomo, diretor executivo da *TerraProjectos – Consultoria, Marketing e Design Agroalimentar*, e sócio dos restaurantes *Kampai*, em Lisboa, e *Maria Faia*, em Malpica do Tejo

Em 2010, uma ida aos Açores a propósito do chá levou a uma visita à lota de Rabo de Peixe, onde não passou despercebida a presença de japoneses que correm mundo em busca dos melhores atuns. Um jantar no *Aya*, um dos primeiros restaurantes japoneses em Lisboa, levou a uma conversa com o *sushiman* João Soeiro. E assim surgiu o conceito inovador do *Kampai*: “cruzar a cozinha tradicional japonesa, que vai muito para além do sushi, com peixe dos Açores e outros produtos de qualidade excecional” (chá, ananás, maracujá, carne, vinhos do Pico). A concretização passou por uma estadia nos Açores, durante a qual foram testadas as diversas espécies de pescado disponíveis (lírio, encha-

<sup>1</sup> “Kevin Gould: the guru of food”, The Good Web Guide

réu, lula, atum, abrótea...) e a adequação a este tipo de preparação culinária. Foi também possível criar uma logística eficiente de abastecimento dos produtos selecionados e encontrar uma boa equipa especializada, condições essenciais ao sucesso do projeto.

Malpica do Tejo fica a cerca de 20 km de Castelo Branco e é a terra da família de João Pereira. Em 1998, numa altura em que grande parte dos pequenos lagares tradicionais se viram ameaçados, um conjunto de naturais de Malpica resolveu investir na modernização do lagar da aldeia, revitalizando simultaneamente a cooperativa existente. A atividade gerada tem sido importante nas dinâmicas migratórias sazonais, que assim se estendem para além dos períodos habituais do Natal, Páscoa e mês de agosto. Na época da colheita da azeitona, uma população de 500 residentes passa para cerca de 2 500, não só assegurando a mão-de-obra necessária, mas também alimentando uma rede de entreajudas e interação social e assim combatendo o abandono de terras.

“Há aqui, mais do que uma racionalidade económica, uma racionalidade social.”

Na sequência da reativação do lagar, e de outras ideias de dinamização das festas e romarias locais, surgiu o projeto de criar uma tasca com a gastronomia tradicional da região. Para a sua concretização, foi feita uma recolha de receitas culinárias junto da geração mais velha, utilizando como matéria-prima produtos locais, como o azeite e a azeitona, queijos, pão (e bica de azeite), enchidos (em particular, bucho de ossos), e ainda caça (javali e veado), peixe e lagostins do rio, tortulhos, figos da Índia. O menu da *Maria Faia* inclui, por exemplo, sopa da boda, um prato tradicional à base de carne de cabra que nem mesmo as gerações mais velhas se lembram de comer em tempos recentes.

1. “Os nossos projetos baseiam-se precisamente em juntar aquilo que são os nossos ingredien-

tes e as nossas tradições e dar-lhes uma nova roupagem, sem perder autenticidade. (...) São duas realidades completamente diferentes, uma no centro de Lisboa, outra numa aldeia sem saída da Beira Baixa, mas a filosofia é a mesma: aproveitar aquilo que é nosso, a nossa portugalidade.”

2. No *Kampai*, os clientes, que incluem a embaixada do Japão, membros da comunidade japonesa em Lisboa ou a Associação de Amizade Portugal-Japão, têm oportunidade de provar peixes e outros produtos de grande qualidade que não comem habitualmente e estão dispostos a pagar por isso.
3. Todo o trabalho desenvolvido nestes projetos tem por base uma relação muito estreita entre produção e restauração. A ligação à investigação foi útil na revitalização do lagar de Malpica e está sempre presente no trabalho da TerraProjetos.
4. Os dois casos são exemplo de que há lugar, simultaneamente, para os nichos de mercado e para uma divulgação mais alargada da gastronomia portuguesa.

**Gonçalo Bagulho Albino** [*depoimento recolhido ao vivo*]

**BI:** Gonçalo Bagulho Albino, 39 anos, diretor comercial da DOP Carnalentejana

O Agrupamento de Produtores de Bovinos da Raça Alentejana, detentor da marca Carnalentejana, Denominação de Origem Protegida (DOP), está agora a fazer 25 anos: nasceu em 1992 com 33 elementos, por iniciativa de Fernando Carpinheiro Albino. Nessa altura, a raça pura Alentejana estava em declínio, com apenas 3 mil fêmeas inscritas no respetivo Livro Genealógico. Hoje, são quase 18 mil fêmeas inscritas, 13 500 das quais pertencem ao Agrupamento, que já reúne 148 produtores – o maior agrupamento nacional em produção extensiva.

A ligação direta ao consumidor, ajudando a ultrapassar o desconhecimento em relação à produção agrícola que hoje existe nos meios urbanos, começou nas feiras agrícolas há cerca de dezasseis anos, mantendo-se simultaneamente a aposta na grande distribuição. A difusão da marca passa também por inúmeras ações de degustação, sobretudo nas cidades de maior dimensão, mais longe da realidade rural, ações essas que são normalmente aproveitadas para divulgar também outras valias da região, como por exemplo o Cante Alentejano. São também incentivadas as visitas de campo por parte dos clientes, permitindo verificar *in loco* as condições em que os animais são criados.

Há cinco anos, foi aberto o primeiro restaurante em Lisboa, existindo atualmente, em parceria com uma organização que tem a seu cargo a representação da Carnalentejana nos principais certames, as seguintes casas: *Vicente by Carnalentejana*, *Hamburgueria* do Mercado de Campo de Ourique e *Carnalentejana*, na Praça de Touros do Campo Pequeno. O ingrediente-rei é, naturalmente, a carne de bovino alentejano, com manipulação mínima, mas são igualmente utilizados, e também vendidos diretamente ao público, todos os produtos dos sócios do Agrupamento: porco preto, borrego, azeite, vinho, e ainda queijos e outros produtos da região.

1. A Carnalentejana aposta mais na diferenciação e inovação ao nível do próprio produto (embora a matéria-prima seja predominantemente 100% carne alentejana) do que da oferta gastronómica, ainda que esta procure ser também inovadora.
2. Nestes 25 anos, tem-se verificado um aumento do nível de qualificação dos recursos humanos da grande distribuição que lhe permite estar muito mais atenta à qualidade e rastreabilidade dos produtos, refletindo também um interesse e preocupação crescentes por parte do consumidor no que se refere a modos de produção mais sustentáveis. Assim, os clientes “Não só estão

dispostos a pagar pela qualidade dos produtos, como procuram essa qualidade. Quem vem, já sabe ao que vem.” E sabe que a aposta em produtos de qualidade tem custos associados.

3. A ligação entre produção e restauração é manifesta e está sempre a ser melhorada. Quanto à ligação à investigação, a tarefa de melhoramento genético da raça está a cargo da Associação dos Criadores de Bovinos da Raça Alentejana.
4. As diferentes abordagens dos três restaurantes, assim como da própria marca na distribuição, permitem chegar a públicos diferenciados, desde uma clientela mais selecionada, aos turistas e aos jovens, através, por exemplo, da Hamburgueria, que assegura também presença nos festivais de música de verão.

## As conclusões

A trilogia ingredientes, tradições e inovação/criatividade é fundamental, embora este último elemento possa revestir diversas formas: a inovação pode estar no conceito, no tipo de produtos oferecidos ou na criatividade propriamente dita de cada *chef*.

Parece haver uma sensibilização cada vez maior para a necessidade de salvaguardar o património gastronómico nacional, sem comprometer a inovação, e um movimento talvez lento, mas seguro, tanto por parte dos *chefs*, como dos empresários e dos clientes para o que é local e sazonal.

Em paralelo com as questões da sustentabilidade, nota-se também uma preocupação crescente por parte dos clientes/consumidores pelas questões relativas à qualidade dos produtos e à saúde. Assim, estão dispostos a pagar por essa qualidade e a arriscar provar produtos menos usuais, se o contexto for atraente e os diversos fatores envolvidos (sabor, produtos, expectativas, ambiente, serviço, informação fornecida) confluírem numa oferta final em que essa qualidade é reconhecida.

Embora haja casos em que as ligações com os produtores foram estabelecidas com naturalidade, são também manifestas dificuldades relativamente a uma oferta regular por parte de pequenos produtores que detêm produtos de grande qualidade. São sugeridas a possibilidade de criação de uma plataforma comum para estes produtores que permita disponibilizar mais facilmente os seus produtos, e o estabelecimento de uma logística de distribuição que não esmague as suas margens, como, aliás, a Comissão Europeia propôs recentemente. Ou ainda a criação de oportunidades para visitas mútuas entre produtores, investigadores e *chefs*, para estabelecerem pontes e conhecerem melhor as respectivas realidades, de modo a conciliar e ultrapassar estas disparidades entre oferta e procura.

A ligação à investigação faz-se de forma mais pontual, à medida das necessidades de cada um, que

podem passar por uma mera estratégia de comunicação, mas podem também corresponder a um trabalho de fundo sólido e replicável, útil à comunidade e com visão de futuro.

É possível fazer conviver diversas abordagens em termos da oferta de boa gastronomia e muitos *chefs*/empresários apostam já neste caminho com soluções para diversos tipos de público (e.g. oferta *gourmet* em locais mais populares e a preços mais baixos, diversos tipos de festivais gastronómicos de rua, presença em festivais de verão, etc.), sem nunca comprometer a qualidade.

De salientar ainda o papel que atividades gastronómicas locais podem desempenhar na dinamização dos territórios do ponto de vista não só económico, mas também social, contribuindo assim para combater a desertificação rural.

## ANEXO

## Importância da produção agroalimentar nacional no setor do alojamento e restauração

Para ilustrar a importância da restauração na valorização da produção agrícola, apresentamos de seguida alguns dados sobre as relações entre estes setores.

- 7,7% da produção agroalimentar nacional (1 671 milhões de euros) é destinada aos serviços de alojamento e restauração como consumo intermédio. Este ramo gera uma produção de 13 167 milhões de euros e, portanto, em média, cada unidade produzida pelos serviços de alojamento e restauração incorpora 12,7% de bens agroalimentares.

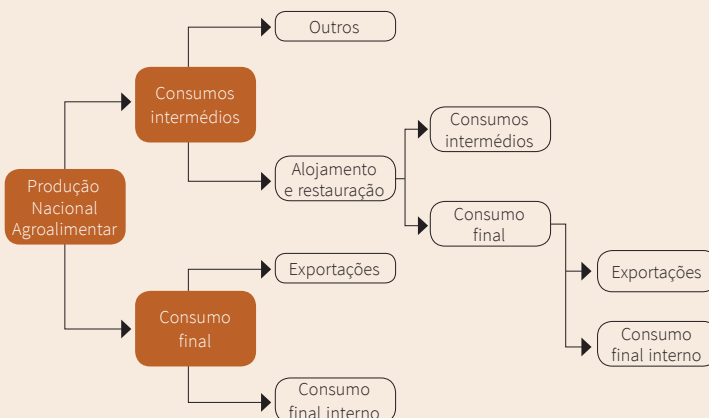
## Destinos das produções agroalimentares nacionais (%)

	Empregos											
	Consumos intermédios				Consumo final		Investimento		Exportações		Total empregos	
	Alojamento e restauração		Total									
	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€
Agricultura	1,9	115	60,6	3592	21,5	1272	8,4	501	9,5	560	100,0	5924
Indústrias alimentares e das bebidas	9,8	1556	30,9	4900	44,8	7109	0,4	57	2,4	3813	100,0	15878
<b>Complexo agroalimentar</b>	<b>7,7</b>	<b>1671</b>	<b>38,9</b>	<b>8492</b>	<b>38,4</b>	<b>8380</b>	<b>2,6</b>	<b>557</b>	<b>20,1</b>	<b>4373</b>	<b>100,0</b>	<b>21803</b>
<i>Complexo agroalimentar (via alojamento e restauração)</i>	–	–	0,8	170	6,5	1420	–	–	0,4	81	7,7	1571
Alojamento e restauração	1,3	174	10,2	1342	85,0	11191	–	–	4,8	635	100,0	13167
<b>Complexo agroalimentar (via direta + via indireta)</b>	–	–	<b>32,1</b>	<b>6991</b>	<b>45,0</b>	<b>9800</b>	<b>2,6</b>	<b>557</b>	<b>20,4</b>	<b>4454</b>	<b>100,0</b>	<b>21803</b>

**Nota:** ramos de atividade: Agricultura: ramo 01 - Agricultura, Produção Animal, Caça e atividades dos serviços relacionados; IAB: Indústrias Alimentares, Bebidas: ramo 10 (Indústrias Alimentares) ramo 11 (Indústrias das Bebidas); Alojamento: ramo 55; Restauração: ramo 56 - Serviços de restauração e similares

**Fonte:** GPP, a partir de matrizes de input-output 2013 - Contas Nacionais, INE

- Considerando que os serviços de alojamento e restauração destinam para exportação 635 milhões de euros, se aceitarmos que 12,7% representam produtos agroalimentares, então 81 milhões de euros de produtos agroalimentares são exportados indiretamente através dos serviços de alojamento e restauração.
- Tendo em conta que as exportações de serviços cresceram 18% entre 2013 e 2016 e que no primeiro semestre de 2017, face a 2016, o crescimento foi de 15%, estima-se que as exportações de serviços em 2017 sejam superiores em 35,7% às de 2013. Aplicando esta taxa de crescimento às exportações indiretas de bens agroalimentares pelos serviços de alojamento e de restauração, obtemos uma estimativa de 110 milhões de euros.



# A Balança Alimentar Portuguesa 2012-2016

CARLOS CARVALHO

INE – Instituto Nacional de Estatística, IP

## Introdução

A primeira referência a esta operação estatística data de 1948, com a sua aprovação pelo então Ministro da Presidência e atribuição ao INE da sua execução. Foi assim publicada em 1951 a “Balança Alimentar do Continente Português”, para o período de referência 1948-1949. Em 1977, foi reeditada a “Balança Alimentar do Continente Português”, para o período de referência 1963-1975. Este projeto só voltaria a ser retomado em 1994, ano em que se publicaram, pela primeira vez, dados a nível nacional: “Balança Alimentar Portuguesa 1980-1992”.

A Balança Alimentar Portuguesa (BAP) é um instrumento analítico de natureza estatística que disponibiliza um quadro de informação exaustivo relativo ao padrão de abastecimento alimentar de um dado país para um período de referência específico. Ao enquadrar as disponibilidades alimentares e a respetiva evolução em Portugal, em termos de produtos, nutrientes e calorias, disponibiliza um conjunto de indicadores de referência que, apesar do seu carácter global, pode ser utilizado para diversas finalidades, nomeadamente para a avaliação, a nível nacional, das disponibilidades, da procura e das tendências de consumo alimentar como instrumento orientador de políticas de produção agrícola, das pescas ou da indústria alimentar.

Neste artigo, serão apresentados os últimos resultados disponíveis, relativos ao período 2012/2016, disponibilizados pelo INE aos utilizadores no dia 7 de abril de 2017, Dia Mundial da Saúde. É importante notar que o quinquénio 2012-2016 foi muito rico em eventos com impactos potencialmente negativos para o volume de alimentos disponíveis. Desde logo, a ocorrência de um período recessivo da economia portuguesa (2011-2013), a que se associaram outros acontecimentos, nomeadamente, a ocorrência de um ano de seca (2012), limites à captura de sardinha (desde 2012), a extinção do regime de quotas leiteiras (1 de abril de 2015), o embargo da Rússia à carne europeia (2014/2015) e a aplicação da Diretiva Bem-Estar Animal (Estratégia bem-estar animal 2012-2015).

## Análise de resultados

### Contexto socioeconómico 2012-2016

#### *Disponibilidades alimentares em 2012- 2016 marcadas por período recessivo da economia portuguesa*

Durante o ciclo recessivo, verificou-se um aumento da taxa de desemprego (levando os níveis de emprego para valores inferiores aos registados em 1998) e sucessivos agravamentos da desigualdade

na distribuição do rendimento, com o risco de pobreza a situar-se em 18,7% (mais 0,8 p.p. comparativamente a 2011) e a anular as melhorias que se registaram desde 2005. Com igual tendência, a taxa de privação aumentou 0,9 p.p. face a 2011, afetando 21,8% dos agregados domésticos privados.

As variações positivas do indicador relativo ao grau de abertura da economia portuguesa, revelaram um abrandamento das importações, dada a diminuição da procura interna, a manutenção de um crescimento elevado do valor das exportações, bem como uma redução acentuada do PIB a preços correntes.

Em 2012, assistiu-se cumulativamente a um decréscimo, ainda que ligeiro, do valor das despesas das famílias residentes em bens alimentares com o crescimento dos preços dos Produtos alimentares e bebidas não alcoólicas e dos Restaurantes e hotéis, avaliado pela taxa de variação do Índice de Preços no Consumidor (IPC), a registar um crescimento superior a 2011. Esta situação conjuntural teve impacto nas disponibilidades alimentares, particularmente em 2012, mas também no quinquénio 2012-2016, em que as médias das disponibilidades alimentares foram, para a maioria dos produtos, inferiores às do período 2008-2011, até porque os resultados desfavoráveis dos indicadores socioeconómicos, embora com evoluções de menor intensidade, continuaram a fazer-se sentir em 2013 e alguns ainda em 2014.

*Novos padrões alimentares, condições climáticas extremas, condições de mercado e alterações legislativas ocorridas no quinquénio 2012-2016 tiveram impacto no padrão e quantidade do consumo aparente de produtos alimentares*

Assistiu-se a uma redução do consumo aparente de carne, pescado, cereais e óleos e gorduras. Em sentido oposto, aumentaram as disponibilidades dos produtos frescos (hortícolas e fruta), batata, leguminosas secas, açúcar e produtos estimulantes

(café e chocolate). Imunes ao ciclo recessivo estiveram também as disponibilidades alimentares dos peixes salgados secos que, inclusivamente, reforçaram as suas disponibilidades no grupo do pescado. A alteração dos padrões alimentares e a extinção do regime de quotas leiteiras agravaram a redução do consumo aparente de leite, a situação de seca em 2012 reduziu ainda mais as disponibilidades de carne e os limites à captura de sardinha impostos no quadro das medidas de gestão adotadas para este recurso tiveram forte impacto na evolução das capturas de pescado. Para alguns dos produtos alimentares, o nível de disponibilidades manteve-se, mas aumentaram as exportações, nomeadamente: o milho, uma das mais importantes culturas arvenses em Portugal beneficiou de novas áreas de regadio do perímetro de rega de Alqueva, o que fez disparar a produção; os cereais de outono/inverno, pela aposta na qualidade e os ovos com a entrada em funcionamento de unidades produtivas de maior dimensão, na sequência do processo de adaptação de gaiolas melhoradas, tendo em vista o cumprimento da legislação comunitária relativa à proteção das galinhas poedeiras.

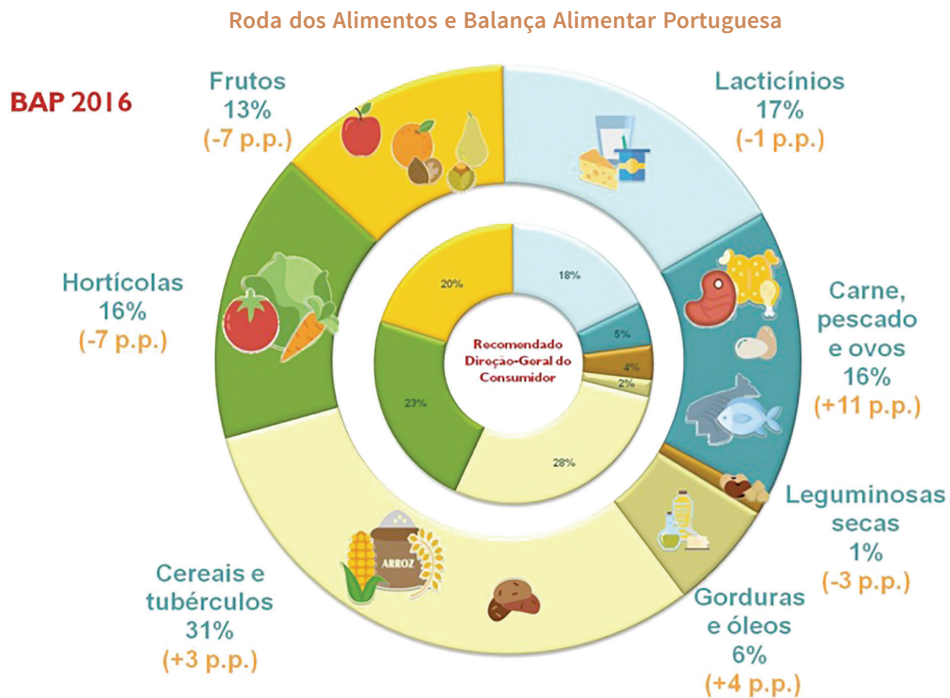
## Roda dos Alimentos

No quinquénio 2012-2016, a Balança Alimentar Portuguesa (BAP) apurou um aporte calórico diário médio disponível para consumo por habitante de 3 834 kcal, inferior às 3 938 kcal registadas no período 2008-2011. A trajetória de descida das disponibilidades alimentares, expressas em calorias, teve início em 2010 e prolongou-se até 2013, registando uma variação média anual negativa de 0,9%.

Entre 2013 e 2016, a trajetória influiu a um ritmo médio anual de 1,0%, totalizando 3 895 kcal em 2016, mais 112 kcal por dia e por habitante.

A comparação da distribuição das quantidades de produtos alimentares disponíveis diariamente para consumo *per capita* apuradas pela BAP com o padrão alimentar recomendado pela Roda dos





Alimentos revela, uma vez mais, uma distorção do padrão das disponibilidades face ao recomendado.

## Disponibilidades alimentares para consumo

### Carne

#### *213,3 g/hab/dia foram as disponibilidades alimentares de carne no quinquénio 2012-2016*

No mesmo quinquénio, as quantidades totais de carne disponíveis para consumo aumentaram a um ritmo médio anual de 1,6%, atingindo 80,4 kg/hab/ano (220,3 g/hab/dia) em 2016, o que representa um acréscimo de 4,8 kg de carne por habitante (+13,2 g/hab/dia). Realça-se que o decréscimo nas quantidades disponíveis diárias de carne para consumo teve início em 2010, após o máximo em 2009 (224,3 g/hab/dia, 81,9 kg/hab/ano) e prolongou-se até 2012, ano em que as disponibilidades de carne para consumo igualaram valores de 2006.

Neste ano, para além do período recessivo, há ainda a referir o decréscimo de pastagens devido à situação de seca, o que aliado ao elevado preço

das matérias-primas para alimentação animal e à incerteza quanto à sua evolução, levou a uma menor disponibilidade dos criadores para assumirem o risco de engordar vitelos e produzir novilhos, tendo como consequência um maior abate de animais jovens e uma maior saída de vitelos vivos para Espanha, para aí serem engordados.

Entre os dois períodos, a carne de animais de capoeira passou da segunda mais importante, com 32,6% das disponibilidades médias em 2008-2011, para primeiro lugar no quinquénio 2012-2016, 36,7% (+4,1 p.p.), ultrapassando as disponibilidades de carne de suíno que neste período representaram 31,5% das disponibilidades médias totais (menos 1,4 p.p. face a 2008-2011).

### Pescado

#### *No quinquénio 2012-2016, disponibilidades de bacalhau e outros peixes salgados secos equivalem a 3,7 kg/hab/ano*

O consumo aparente de pescado tem tendencialmente vindo a diminuir desde 1990, apesar da evolução positiva no período 2006-2010. Com a reces-

são económica e com o decréscimo do volume de capturas devido à redução acentuada no Contínente das capturas de sardinha (limites de captura deste pelágico impostos no quadro das medidas de gestão adotadas para este recurso) e à diminuição da captura de atuns (em 2012, na R. A. Açores e, em 2013, na R. A. Madeira), recurso que devido às características migratórias condiciona a pesca desta espécie, a quantidade de pescado disponível para consumo atingiu o volume mais baixo desde 1990. Imunes ao ciclo recessivo estiveram as disponibilidades alimentares dos peixes salgados secos que, inclusivamente, reforçaram as suas disponibilidades no grupo do pescado.

### Ovos

*1/2 ovo por dia foi o que os residentes em território nacional tiveram disponível para consumo no período 2012/2016*

21,8 g/hab/dia no período 2012-2016), o que equivale a aproximadamente meio ovo por dia e por pessoa e a 167 ovos/hab/ano, considerando um ovo médio sem casca. A evolução das disponibilidades deste produto foi marcada pelo aumento de produção nacional de ovos ao longo do período em análise, tendência à qual não será alheio o esforço do setor na adaptação de gaiolas melhoradas. Esta situação, que ocorreu por obrigação de regulamentação comunitária no âmbito do bem-estar animal, trouxe investimentos a nível da estrutura produtiva e induziu a entrada em funcionamento de unidades produtivas de maior dimensão.

O aumento da produção nacional (+21,0% entre 2012 e 2016) potenciou o aumento das exportações em 60,7% no mesmo período. Dado que o aumento de produção de ovos foi escoado para exportação, as disponibilidades para consumo de ovos não apresentaram variações significativas.

### Leite e produtos lácteos

*Alteração dos padrões alimentares e ajustamento do setor leiteiro ao fim das quotas justi-*

*ficam a redução do consumo aparente de leite que em 2016 foi de 316,1 g/hab/dia*

O comportamento das disponibilidades para consumo destes produtos no quinquénio 2012-2016 esteve maioritariamente relacionada com o decréscimo das disponibilidades de leite para consumo que, representando em média 63,2% das disponibilidades totais neste período e sendo o recurso com maiores disponibilidades, apresentou um decréscimo sustentado ao longo do período a uma taxa média de variação anual de -3,7% (-31,8 g/hab, equivalente a -11,6 kg/hab entre 2012 e 2016).

A disponibilidade diária *per capita* de iogurtes em 2016 foi de 58,6 g/hab/dia, equivalente a 21,4 kg/hab/ano. Apesar do aumento da importância das disponibilidades de iogurtes na estrutura, o comportamento das disponibilidades diárias para consumo foi irregular ao longo do período em análise e dependente das importações, as quais representaram em média, no mesmo período, 59,7% das quantidades disponíveis de iogurtes para consumo.

As disponibilidades de queijo que vinham a decrescer desde 2009, o que se prolongou até 2012 (decrécimo de -9,7%), recuperou de forma sustentada a partir de 2013 e reforçou a sua importância na estrutura das disponibilidades dos produtos lácteos em 2,1 p.p. entre 2012 e 2016 (média de 7,7% em 2012-2016).

### Cereais

*338,7 g/hab foi a quantidade média de cereais disponível para consumo, por dia*

Em 2016, cada residente em território nacional tinha disponível para consumo 339,4 g/hab/dia de cereais (média de 338,7 g/hab/dia em 2012-2016). As disponibilidades de cereais em Portugal estão fortemente dependentes da importação (em média, 86,1% das necessidades nacionais de cereais provêm da importação), pelo que a sua evolução no quinquénio em análise foi resultado da dinâmica das importações neste período.

Com uma produção média de cereais de 1,3 milhões de toneladas no quinquénio 2012-2016 e um volume de importação mais de três vezes superior (4,1 milhões de toneladas), a redução da oferta de cereais em 2012 justificou-se pelo decréscimo do volume importado em 8,2% e só não foi superior devido ao aumento, nesse ano, da produção de cereais em 14,5%. As disponibilidades de cereais para consumo foram maioritariamente de trigo (69,4% em média para o período 2012-2016). A oferta para consumo deste cereal decresceu 6,5% em 2013, aumentando 2,1% entre 2013 e 2016. Ainda assim, o consumo aparente de trigo em 2016 (234,8 g/hab/dia) ficou abaixo do registado em 2012 (246,0 g/hab/dia). As disponibilidades diárias *per capita* de arroz branqueado foram de 58,3 g/hab/dia, equivalente a 21,3 kg/hab/ano.

### Raízes e tubérculos

#### *Consumo aparente de batata aumentou 3,7kg/hab, face ao período 2008/2011, atingindo 79,2 kg*

Em 2016, as quantidades disponíveis para consumo de batata atingiram 221,6 g/hab/dia (80,9 kg/hab/ano; em média 217,1 g/hab/dia entre 2012 e 2016). As disponibilidades de raízes e tubérculos tinham decrescido 6,1% no período 2008-2011, reforçando a tendência das últimas décadas. Para este resultado, terão contribuído os decréscimos sucessivos e contínuos da produção de batata nacional, uma vez que este tubérculo representa a quase totalidade deste grupo de produtos (98,9% em 2011).

No quinquénio em análise (2012-2016), as quantidades disponíveis de batata aumentaram 7,4%, embora com maior expressão entre 2012 e 2014 (6,8%), o que face à média do período 2008-2011 se traduziu num aumento total de 3,7 kg de batata/hab/ano.

### Hortícolas

As disponibilidades diárias de hortícolas totalizaram 295,9 g/hab em 2016 (108,0 kg/hab/ano; em

média, 288,2 g/hab/dia no período 2012-2016). Entre 2012 e 2014 aumentaram 12,0%, seguindo-se um decréscimo de 3,8% devido à redução de 2,3% na produção nacional de hortícolas (não incluindo tomate). Em 2016, as disponibilidades recuperaram ligeiramente 2,4%. Relativamente às disponibilidades médias diárias do período 2008-2011, verificou-se um aumento em termos médios de 36,3 g/hab/dia.

### Frutos

#### *Produção nacional de frutos cobriu, no quinquénio 2012-2016, 73,1% da oferta total*

As quantidades diárias disponíveis de frutos frescos por habitante aumentaram 11,2% entre 2012 e 2016, ascendendo a 224,6 g/hab/dia (82,0 kg de fruta fresca/hab) em 2016 (216,0 g/hab/dia, em média, entre 2012 e 2016). Este resultado superou, ainda que ligeiramente, as disponibilidades médias apuradas no período 2008-2011 (224,3 g/hab/dia). Neste período, a produção nacional de frutos cobriu em média 73,1% das quantidades disponíveis.

A maçã continuou a ser o fruto com maiores quantidades disponíveis para consumo, cerca de 30,1% da quantidade total de frutos frescos disponíveis, em média, em 2012-2016, totalizando 67,1 g/hab/dia em 2016 (24,5 kg/hab/ano). A laranja, com 19,5%, em média, do total das quantidades disponíveis de frutos frescos para consumo em 2012-2016, surgiu em segundo lugar com quantidades disponíveis para consumo de 44,1 g/hab/dia (16,1 kg/hab/ano) em 2016. A laranja e o pêssago foram os únicos frutos que apresentaram um aumento sustentado do consumo aparente entre 2012 e 2016, respetivamente +16,3% e +19,6%, apesar de o pêssago ter uma menor importância na estrutura das disponibilidades de frutos frescos (7,4%, em média, entre 2012 e 2016).

De realçar ainda o decréscimo das disponibilidades de pera em 2015 e 2016, devido a duas cam-

panhas de produção baixas face aos anos anteriores (decréscimo das disponibilidades de 38,1% em 2015 face a 2014).

### Frutos de casca rija

Nos frutos de casca rija, as disponibilidades diárias *per capita* para consumo em 2016 foram de 6,6 g/hab/dia (2,4 kg/hab/ano; em média, 6,1 g/hab/dia, entre 2012 e 2016) e ao longo do período em análise estiveram abaixo das disponibilidades médias destes frutos no período 2008-2011 (7,9 g/hab/dia).

### Leguminosas secas

Em 2016, as quantidades diárias de leguminosas secas disponíveis para consumo foram de 11,2 g/hab/dia (4,1 kg/hab/ano; 10,7 g/hab/dia, em média, no entre 2012 e 2016), tendo ultrapassado a média do período 2008-2011 (11,0 g/hab/dia) e aumentado 16,7% entre 2012 e 2014 (+1,6 g/hab/dia ou +0,6 kg/hab/ano), mantendo-se estáveis em 2015 e 2016.

O feijão seco é a leguminosa seca com maiores disponibilidades para consumo, representando no período 2012-2016 cerca de 75%, em média, das disponibilidades totais destes produtos, enquanto o grão-de-bico seco representou 25,0%.

### Óleos e gorduras

Em 2016, os óleos e gorduras apresentaram disponibilidades diárias para consumo de 104,8 g/hab/dia (em média, 102,9 g/hab/dia, no período 2012-2016), mais 2,5 g/hab/dia face a 2012, mas 3,8 g/hab/dia abaixo da média das disponibilidades diárias do período 2008-2011.

### Bebidas não alcoólicas

*A estrutura das disponibilidades das bebidas não alcoólicas manteve-se inalterada no período*

*2012-2016, sendo a água engarrafada a bebida disponível em maior quantidade*

Em 2016, cada residente em território nacional tinha disponível para consumo 580,3 ml/hab/dia (211,8 l/hab/ano) de bebidas não alcoólicas (em média, 547,7 ml/hab/dia, no período 2012-2016). A evolução das quantidades diárias disponíveis para consumo apresentou dois padrões distintos no quinquénio em análise. Até 2013, as quantidades disponíveis para consumo diminuíram 0,8%, devido ao decréscimo das disponibilidades de água engarrafada (-1,9% em 2013). A partir desse ano, o consumo aparente destes produtos aumentou 9,4%, que foi extensível a todas as bebidas mas com particular incidência nas águas engarrafadas (+14,6% – águas engarrafadas, +2% – refrigerantes, +8,4% – sumos).

### Bebidas alcoólicas

*Redução das disponibilidades de todas as bebidas alcoólicas no período 2012-2016 face à média das disponibilidades do período 2008-2011*

Em 2016, as quantidades diárias disponíveis *per capita* de bebidas alcoólicas foram 276,1 ml/hab/dia (100,8 l/hab/ano; em média, 266,7 ml/hab/dia, no período 2012-2016). A cerveja continuou a ser a bebida alcoólica com maior quantidade disponível para consumo, 50,5% das quantidades totais disponíveis para consumo destas bebidas em 2016 (139,5 ml/hab/dia), seguida pelo vinho com 44,8% (123,8 ml/hab/dia). As outras bebidas alcoólicas, que incluem aguardentes, licores e outras bebidas destiladas e fermentadas, tiveram uma importância reduzida no total, 4,6% em 2016 (12,8 ml/hab/dia). No quinquénio em análise, observou-se uma redução das disponibilidades de todas as bebidas alcoólicas relativamente à média das disponibilidades do período 2008-2011, sendo mais expressiva no vinho entre 2010 e 2013 (-19,1%) e na cerveja entre 2010 e 2014 (-17,9%), para o que terá contribuído o aumento do IVA das bebidas na res-

tauração e a crise económica que o país atravessou.

### Macronutrientes – Proteínas, Hidratos de Carbono e Gorduras

No quinquénio 2012-2016, as disponibilidades alimentares diárias por habitante apresentaram um teor médio em proteínas de 122,3 g/hab/dia (124,9 g/hab/dia em 2016). O teor médio das disponibilidades em gorduras dos produtos alimentares totalizaram 149,3 g/hab/dia (152,8 g/hab/dia

em 2016) e as de hidratos de carbono 457,4g/hab/dia (458,0 g/hab/dia em 2016).

### Micronutrientes – Vitaminas e minerais

Tendo em conta os valores de referência diários de vitaminas e minerais para um adulto, as disponibilidades diárias *per capita* destes microconstituintes apuradas pela BAP em 2016 estão acima desses valores. Apenas no caso da vitamina D as quantidades apuradas estão ligeiramente abaixo, o que indica défice desta vitamina nas disponibilidades alimentares.

#### Disponibilidades alimentares diárias per capita

		Valores de referência <sup>1</sup>	2016
Vitamina A	µg/hab/dia	800,0	1131,4
Vitamina D	µg/hab/dia	5,0	4,8
Vitamina E	mg/hab/dia	12,0	33,0
Vitamina B1	mg/hab/dia	1,1	2,2
Vitamina B2	mg/hab/dia	1,4	1,6
Vitamina B3	mg/hab/dia	16,0	57,2
Vitamina B6	mg/hab/dia	1,4	3,3
Vitamina B12	µg/hab/dia	2,5	9,8
Vitamina C	mg/hab/dia	80,0	156,0

<sup>1</sup> Regulamento (UE) N.º 1163/2011, de 25 de Outubro de 2011 – doses diárias de referência (adultos)

<sup>2</sup> Recomendação da Organização Mundial de Saúde (Sodium intake for adult and children – Guidelines 2012) – 5 g/pessoa/dia de sal (NaCl)

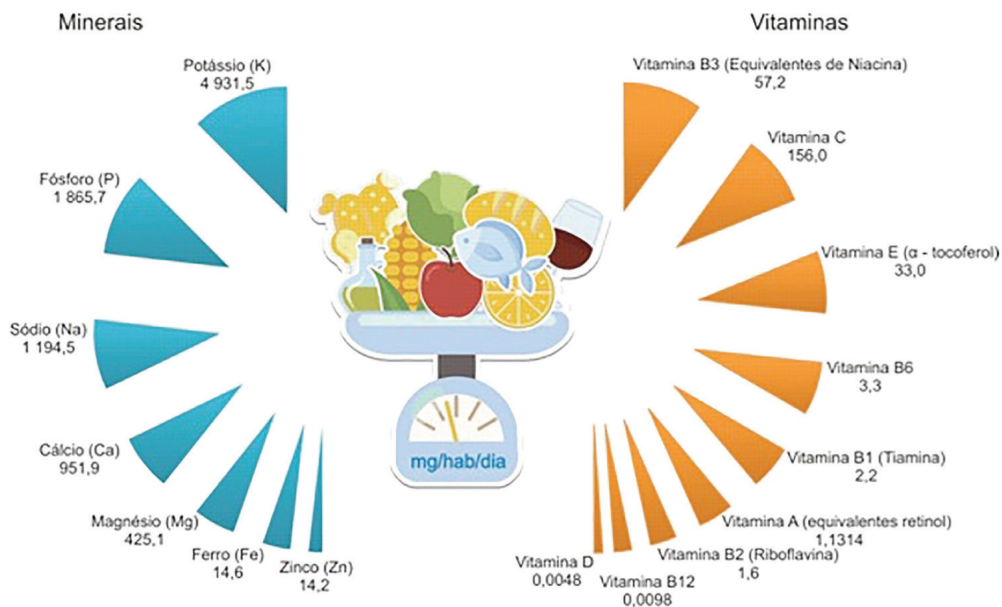
#### Disponibilidades alimentares diárias

		Valores de referência <sup>1</sup>	2016
Sódio		< 2 000 <sup>2</sup>	1194,5
Potássio		2 000	4 931,5
Cálcio		800	951,9
Fósforo		700	1 865,7
Magnésio		375	425,1
Ferro		14	14,6
Zinco		10	14,2

<sup>1</sup> Regulamento (UE) N.º 1163/2011, de 25 de Outubro de 2011 – doses diárias de referência (adultos)

<sup>2</sup> Recomendação da Organização Mundial de Saúde (Sodium intake for adult and children – Guidelines 2012) – 5 g/pessoa/dia de sal (NaCl)

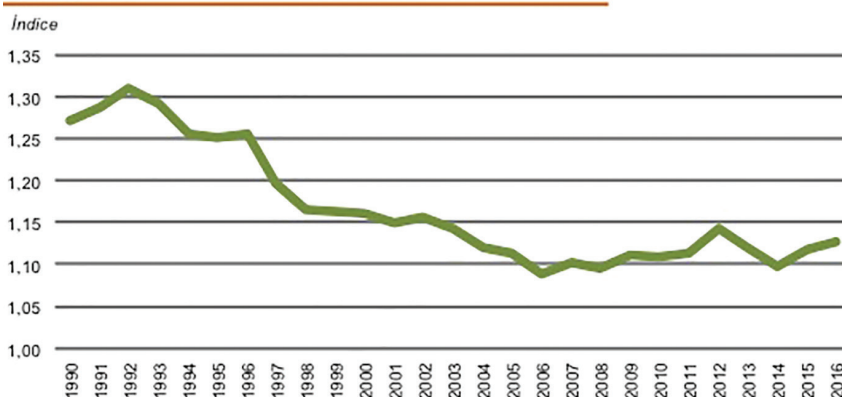
### Quantidades diárias de vitaminas e minerais presentes nas disponibilidades alimentares



## Dieta Mediterrânica

A Dieta Mediterrânica foi distinguida desde 2013 como património imaterial da humanidade, distinção que Portugal partilha com Espanha, Marrocos, Itália, Grécia, Chipre e Croácia.

### Índice de Adesão à Dieta Mediterrânica Portugal



A definição de Dieta Mediterrânica teve por base os hábitos alimentares da Grécia e de Itália dos anos 50 e 60 do século XX; contudo, este padrão alimentar estende-se a um vasto território da orla mediterrânica, que inclui países da Europa Meridional, em que Portugal se integra, da Ásia Ocidental e do Norte de África. Mais do que um padrão alimentar saudável, a Dieta Mediterrânica traduz um estilo de vida, recorrendo à simplicidade e à variedade dos alimentos que privilegiam os produtos frescos, locais e da época. Azeite extra-virgem, vinho tinto com moderação e peixe são os produtos de eleição, a que se juntam os grãos de cereais, vegetais frescos, frutos secos e laticínios magros. Refeições partilhadas, celebrações e tradições e exercício físico moderado, favorecido pelo clima ameno, completam um modelo de vida saudável.

Com a alteração dos hábitos alimentares dos tempos atuais, é importante verificar até que ponto o padrão alimentar das disponibilidades alimentares para consumo apresentam uma adesão elevada ou não a esta dieta. Para o efeito, procedeu-se ao cál-

culo do *Mediterranean Adequacy Index* (MAI) (Índice de Adesão à Dieta Mediterrânica) que mede o grau de adesão ao padrão alimentar mediterrânico e que foi proposto pela primeira vez por *Fidanza et al.* Este índice resulta do quociente entre a percentagem de energia proveniente de grupos de ali-

mentos tipicamente mediterrânicos e a percentagem de energia fornecida por grupos de alimentos designados como não mediterrânicos. Um índice superior a 1 revela uma predominância de calorias provenientes de produtos ditos mediterrânicos. Assim, quanto maior for o índice, mais o padrão das disponibilidades alimentares se aproxima do ideal do padrão alimentar mediterrânico.

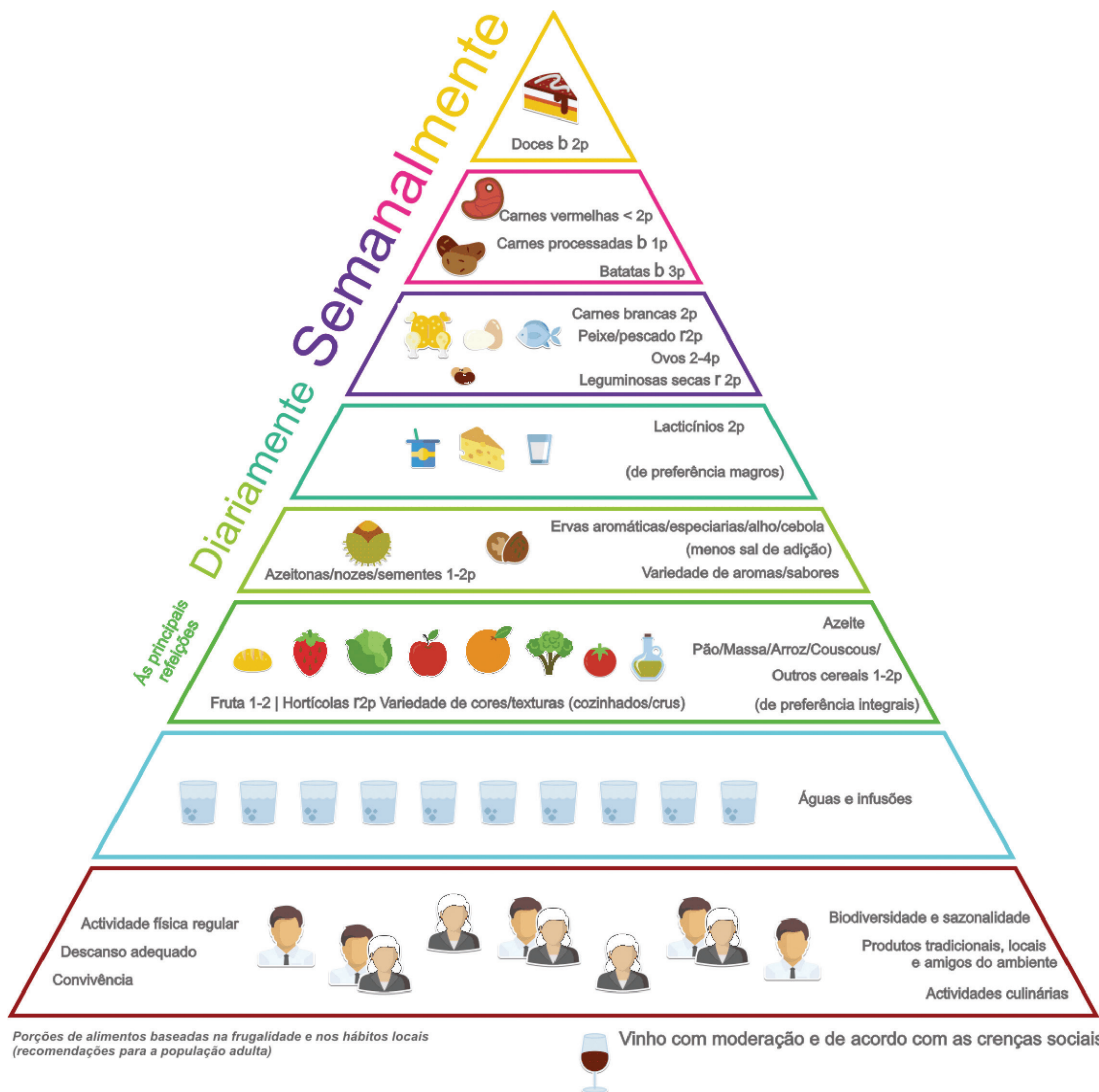
Entre 1992 e 2006, este índice apresentou uma tendência de decréscimo, com uma variação negativa de 16,9%, evidenciando um afastamento das disponibilidades alimentares para consumo em relação ao padrão da Dieta Mediterrânica. Para esta evolução contribuiu o decréscimo em 3,7% das calorias provenientes dos produtos da Dieta Mediterrânica, em particular da batata, e o aumento de 13,3% das calorias provenientes de produtos que não fazem parte desta dieta, em particular da carne, gorduras animais e alimentos ricos em açúcar.

De 2006 a 2012, verificou-se uma inversão de tendência, com o índice a recuperar 4,9%, ainda assim longe dos valores alcançados no início da década de 90. Esta inflexão foi promovida pelo aumento de 2,1% das calorias provenientes dos produtos típicos da Dieta Mediterrânica, principalmente dos cereais, hortícolas e azeite, e pelo decréscimo em 2,5% das calorias provenientes dos restantes produtos, nomeadamente dos laticínios, das carnes, das gorduras animais e das bebidas alcoólicas (excluindo

vinho). De destacar que a maior aproximação ao padrão da Dieta Mediterrânica neste período ocorreu com o início da recessão económica em Portugal em 2011/2012. Entre 2012 e 2014, o índice voltou a baixar (-4,0%), devido ao decréscimo de 2,3% das calorias provenientes dos produtos típicos da Dieta Mediterrânica, principalmente azeite e cereais, e ao

aumento de 2,3% das calorias provenientes dos restantes produtos (carne e alimentos ricos em açúcar). A partir de 2014 e até 2016, o índice volta a aumentar (+2,8%), desta vez pelo maior aumento das calorias dos produtos típicos da Dieta Mediterrânica (+3,9%) face ao aumento que os outros produtos também registaram (+1,6%).

Pirâmide da Dieta Mediterrânica



Fonte: Figura adaptada da Pirâmide da Dieta Mediterrânica da Fundación Mediterránea

## Notas metodológicas

### Metodologia

O campo de observação da BAP integra todos os produtos da agricultura, pescas e indústria alimentar, cuja principal aptidão seja a alimentação humana, sistematizados na Classificação para efeitos de Balança Alimentar Portuguesa (Produtos da balança alimentar portuguesa, Bebidas da balança alimentar portuguesa).

Em que:  $R_h = \sum_{h=1}^k [Prod_h + I_h - E_h]$

*Prod* = Produção alimentar utilizável

*E* = Exportações

*R* = Recursos alimentares disponíveis

*I* = Importações

Para o cálculo dos consumos de cada um dos grupos de produtos alimentares e bebidas estabelecem-se equilíbrios entre recursos e empregos a nível tão desagregado quanto a informação disponível o permite. Do lado da utilização, as disponibilidades são desagregadas entre perdas (inclui perdas na produção, transporte, armazenamento, processamento e embalagem), consumo humano bruto, alimentação animal (consumos de matérias-primas na produção de alimentos para animais), utilização industrial (quantidades de produtos que são utilizados como matérias-primas para a produção de produtos não alimentares, incluindo bebidas) e sementeira/incubação (quantidades de produto primário do ano *n* destinado à sementeira da campanha agrícola do ano *n+1* e ao número de ovos destinados à incubação no ano *n+1*).

Em que:  $C_h = \sum_{h=1}^k R_h + Ve_h - (Pd_h + Ut_h + A_h + S_h + Inc_h)$

*C* = Consumo Humano Bruto

*Ve* = Variações de Existências

*Ut* = Utilização Industrial

*A* = Alimentação animal

*Pd* = Perdas

*Inc* = Incubação

A oferta *per capita* de cada alimento disponível para consumo humano é então obtida dividindo a respetiva quantidade pela população residente em território nacional. A partir da tabela de composição dos alimentos, aplicando os coeficientes de conversão da porção edível para cada produto, obtém-se a Capitação Edível anual que, de forma expedita, pode ser convertida em capitação edível diária. Uma vez que a tabela de composição dos alimentos fornece igualmente a composição dos géneros alimentícios em nutrientes e calorías, é possível calcular a capitação edível expressa em unidades de energia e por tipo de nutrientes.

### Objetivo/âmbito de utilização

Concetualmente, os balanços alimentares medem o abastecimento alimentar da população. Este resultado fica habitualmente aquém das expectativas dos utilizadores. De facto, a BAP mede o consumo de alimentos do ponto de vista da oferta de alimentos, mas não dá qualquer indicação das diferenças que podem existir na dieta consumida pelos diferentes grupos populacionais: grupo etário, perfil socioeconómico, nível geográfico, entre outras. Também não fornecem informações sobre as variações sazonais no fornecimento total de alimentos.

Na ausência destes inquéritos à dieta alimentar, a BAP representa a única fonte harmonizada de informação que permite comparações internacionais ao longo do tempo.

### Conceitos

**CAPITAÇÃO** – Consumo médio expresso em quilogramas ou litros/habitante, durante o período de referência, tomando para base do seu cálculo a população residente no território a meio ou no fim do ano, consoante o período de referência observado.

**CAPITAÇÃO EDÍVEL** – Valor que se obtém por aplicação de um coeficiente percentual sobre a capitação bruta (correspondente à parte edível de um produto), que varia consoante o produto alimentar ou bebida e é definido segundo a Tabela de Composição de Alimentos Portugueses.

**CONSUMO HUMANO** – Emprego que corresponde às quantidades de produtos consumidos pela população residente, quer sob a forma de produto primário, consumido nesse estado, quer sob a forma de produto industrializado, convertido a primário, durante o período de referência.



## A patrimonialização da Dieta Mediterrânica

VITOR BARROS

*Investigador do INIAV (aposentado)*

*Coordenador do Grupo de Acompanhamento para a Salvaguarda e Promoção da DM*

A Dieta Mediterrânica (DM) foi inscrita a 4 de dezembro de 2013 na lista do Património Cultural Imaterial da Humanidade (PCIH) da UNESCO.

Portugal é um país mediterrânico pelo clima e produções e pela sua cultura. Dieta tem origem no termo grego ‘*diáita*’, que significa estilo de vida, um modelo cultural milenar, transmitido de geração em geração, que integra formas particulares de relacionamento coletivo, consumo de recursos alimentares locais e sazonais, processos e técnicas de extração e produção, festividades, rituais simbólicos e expressões artísticas associadas.

O pão e os cereais, o azeite e o vinho marcam as paisagens culturais mediterrânicas e integram os rituais das três religiões monoteístas nascidas nesta região. As cidades de cultura mediterrânica manifestam uma vida social intensa nas praças e zonas portuárias, mercados e bairros.

A DM não é apenas um regime alimentar, é também uma forma de ver, pensar e agir que influenciou o planeta. São culturas de partilha, de entreatajuda e proximidade que caracterizam este modo de viver.

Como padrão alimentar, promotor de saúde segundo a Organização Mundial de Saúde, foi iden-

tificado pelo fisiólogo americano Ancel Keys (1904-2004), que verificou no *Estudo dos 7 países* (Estados Unidos, Finlândia, Grécia, Itália, Japão, ex-Jugoslávia e Países Baixos) a existência de menor incidência de doenças cardiovasculares na região mediterrânica em relação a outras regiões do mundo que foram comparadas [1,2]. A investigação subsequente conduziu a importantes conclusões, nomeadamente a correlação entre este modelo alimentar e cultural e bons níveis qualitativos de saúde física e mental.

O consumo de fruta e hortícolas frescos, o uso de azeite como gordura alimentar, a utilização de ervas aromáticas e frutos secos, o vinho consumido com moderação e a frugalidade no consumo de carne são alguns dos fatores explicativos dos bons níveis de saúde. Mas destes não podem ser secundarizados modos de convívio coletivo, escasso ‘stress’, atividade física moderada, sociabilidades e convivialidades [3].

Talvez por persistirem estas tradições, por serem ainda aceites os produtos locais, com a sua variedade, sem esquecer o trabalho que vem sendo desenvolvido pelo Estado e suas instituições, Portugal ocupa uma posição de destaque, a nível mundial, em termos de segurança alimentar e nutricional.

Do quadro seguinte, constam os indicadores que definem o conceito de *Índice global de segurança alimentar (GFSI)* desenvolvido pelo *The Economist (Intelligence Unit)* e disponível atualmente para 113 países [4]. Como se pode constatar, Portugal encontra-se bem posicionado, designadamente ocupando o lugar de topo no que concerne à qualidade nutricional e segurança, parâmetro que mede a variedade e qualidade nutricional da dieta média, bem como o nível de segurança alimentar. Este indicador, compósito, é calculado a partir da diversificação da dieta (percentagem de alimentos não amiláceos), do padrão nutricional (existência ou ausência de diretrizes nutricionais nacionais, existência ou ausência de estratégia nacional de nutrição e existência ou ausência de monitorização e vigilância regulares do estado nutricional das populações), da disponibilidade em micronutrientes na dieta (vitamina A e ferro) e qualidade da proteína ingerida (presença de 9 aminoácidos essenciais na dieta média, digestibilidade da proteína e porção média consumida de cada alimento que contribua com proteína) [4].

Indicador	Posição	Índice (%)
Acessibilidade	29	76,2
Disponibilidade	13	79,9
Qualidade nutricional e segurança	1	89,7
Índice global de segurança alimentar (*)	14	80,0

\* GFSI, Global Food Security Index  
Fonte: *The Economist, Intelligence Unit, 2016* [4]

Refira-se também a posição ocupada relativamente à disponibilidade de alimentos para consumo (13ª), que mede a soberania alimentar nacional, o risco de quebra na cadeia de abastecimento, a capacidade nacional de distribuir alimentos, bem como os recursos alocados à investigação agrícola e à melhoria das produções agrícolas. Neste parâmetro, o melhor desempenho cabe aos EUA (87,4%) e o pior à Serra Leoa (22,9%). Portugal classifica-se acima da Dinamarca (77,7%), da Áustria (75,6%) e da Bélgica (72,7%) e logo abaixo da Suíça (81,7%), do Reino Unido (82,6%) e da França (82,7%) [4].

Por último, em termos de acessibilidade aos alimentos, Portugal situa-se na 29ª posição, ligeiramente abaixo da Noruega (77,7%) e acima da Polónia (75,6%) e da Grécia (69,6%). Este parâmetro mede a capacidade dos consumidores para adquirirem alimentos, integrando indicadores como percentagem dos gastos com alimentação, percentagem de população abaixo do limiar de pobreza, PIB *per capita* e acesso dos agricultores a financiamento [4].

O recente Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física (IAN-AF, 2015/16) [5], aplicado a uma amostra representativa da população, dá-nos um retrato menos alarmista do que o esperado e, portanto, uma situação sob controlo, ainda que carecendo de atenção.

Com efeito, em 2015-2016, a adesão ao padrão alimentar mediterrânico é elevada para 27,8% da população, moderada para 41,4% e baixa para 30,8%. Por outras palavras, quase 70% da população portuguesa registou níveis elevados ou moderados de adesão à DM.

Neste mesmo sentido, apontam outros dados revelados pelo IAN-AF [5]: a esmagadora maioria dos portugueses (>95%) toma pequeno-almoço, almoço e jantar; o lanche é muito frequente (83,8%) e mais de metade dos inquiridos (55%) consomem ainda uma merenda a meio da manhã. Estes hábitos alimentares, com várias refeições ao longo do dia, estão de acordo com as recomendações para o padrão alimentar mediterrânico.

Do ponto de vista etário, os maiores níveis de adesão à DM são observados nos indivíduos do género masculino, com mais de 65 anos. Os adolescentes constituem a faixa etária de mais baixa adesão, problemática esta que é transversal aos restantes países do sul da Europa [5,6,7].

Neste momento, estamos confrontados com uma situação no mínimo paradoxal: sabemos que a DM apresenta claros benefícios para a saúde, consti-

tuindo mesmo uma clara vantagem comparativa do espaço mediterrânico, no entanto, entre nós predominam as doenças crónicas com um forte determinante alimentar, como comprovado pelo último Relatório da Saúde (setembro, 2016) [8].

Afastámo-nos gradualmente do modelo alimentar característico da DM: atualmente ingere-se, aparentemente, energia em demasia (acima das 3000 kcal/pax/dia), quando o aconselhável anda pelas 2200-2500 kcal. E os grupos de alimentos onde se registam os maiores desvios são ‘carne, pescado e ovos’ e ‘gorduras’ com consumos por excesso e ‘hortícolas e frutos’ e ‘leguminosas secas’, em que os desvios registados são por defeito, relativamente aos valores recomendados [5,9].

Relativamente aos consumos destes grupos de alimentos, o Inquérito Alimentar (IAN-AF 2015-2016) evidencia alguns detalhes relevantes, como seja a prevalência de consumos excessivos de carnes vermelhas (>100g/dia), em mais de 40% dos adolescentes e adultos. No caso das gorduras, são preocupantes os desvios no contributo percentual de gordura saturada, em crianças e adolescentes (constituindo mais de metade das gorduras consumidas). É ainda nestes grupos etários que se observa maior inadequação no consumo de hortícolas e frutos (inferior às 5 porções diárias recomendadas, para cerca de 65% das crianças e adolescentes) e de leguminosas (com um consumo médio de 5-8 g/dia, quando os valores recomendados, na nova roda dos alimentos mediterrânica são de, pelo menos, 25 g/dia) [3].

O IAN-AF 2015-2016 [5] revela ainda elevadas prevalências de consumos de sacarose e sal, superiores às recomendações preconizadas na nova roda dos alimentos.

A reversão desta situação deverá constituir um verdadeiro desígnio nacional. A recente inscrição da DM na lista representativa do PCIH da UNESCO poderá ajudar, ao proporcionar uma maior visibilidade. A estratégia futura, de preferência transme-

diterrânica, poderá passar por diferentes domínios. Desde logo por ações de prevenção, mas também de implementação de formas de agricultura sustentável na base de produções locais ou de proximidade, com reduzida pegada ecológica, e ações de sensibilização da indústria alimentar para questões como a redução dos teores de gordura, de açúcar e sal nos alimentos processados.

Em face de tudo quanto ficou dito e à laia de ponto de situação, podemos afirmar que mau grado o afastamento gradual que se tem registado em relação ao padrão alimentar mediterrânico, no caso português, a situação está longe de se poder considerar perdida. A comprová-lo o Inquérito Alimentar 2015/2016 mostra uma adesão à DM considerável (quase 7 em 10 portugueses consideram-na elevada ou moderada) e a toma de 3 refeições diárias, intercaladas em muitos casos com pequenos lanches, é altamente significativa.

Obviamente que muito há ainda a fazer, por forma a alcançar mais amplas camadas da população, sobretudo aquela proporção atingida por autênticas pandemias de doenças não transmissíveis (DNT).

A recente inscrição da DM na lista do PCIH da UNESCO constitui um instrumento de elevado potencial. Nesse sentido, os sete países do Mediterrâneo que fazem parte desse reconhecimento (Portugal, Espanha, Itália, Croácia, Grécia, Chipre e Marrocos) têm em marcha a execução de um plano de salvaguarda da DM, carta de compromisso assumida aquando da aprovação da candidatura, com a qual se pretende proteger este património, não só para as nossas comunidades, mas também para a comunidade internacional global, na medida em que a DM representa para todos um exemplo de sustentabilidade, de qualidade de vida e de bem-estar. A própria FAO, organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura, considera, no âmbito da Agenda 2030, como desafio maior que se coloca à humanidade e a exigir ação ime-

diata, assegurar alimentos em quantidade suficiente, nutritivos e seguros. E o caminho preconizado passa pela sensibilização das populações para a adoção de dietas sustentáveis, que, no seu entendimento, são aquelas que possuem baixo impacto sobre o meio ambiente, que contribuem para a segurança alimentar e nutricional, bem como para uma vida saudável das gerações atuais e futuras. Tais dietas contribuem para a proteção e respeito da biodiversidade e dos ecossistemas, são culturalmente aceitáveis, economicamente justas e acessíveis, adequadas, seguras e saudáveis do ponto de vista nutricional e, ao mesmo tempo, otimizam os recursos naturais e humanos [10]. De notar ainda que a FAO apresenta o regime alimentar da Dieta Mediterrânica para exemplificar o conceito de dieta sustentável [11].

E desde a inscrição um longo caminho foi já percorrido, quer internamente quer nos restantes seis países.

Estamos organizados internacionalmente, numa coordenação rotativa, em que cada país se responsabiliza pela organização anual de um ou mais eventos. No ano passado, coube à Itália essa coordenação, tendo promovido a edição de um Livro Branco sobre a DM. Este ano, Portugal foi o país coordenador, tendo organizado na Universidade do Algarve uma Conferência Internacional, muito participada, sobre o tema “A Herança Cultural da Dieta Mediterrânica”. Em setembro deste ano, haverá em Tavira durante a V Feira da DM a passagem de testemunho para a Croácia.

Em termos nacionais, foi criado, através de Resolução do Conselho de Ministros, o GADM – Grupo de Acompanhamento para a Salvaguarda e Promoção da Dieta Mediterrânica, estrutura que agrupa todos os Ministérios com implicação direta na DM – Cultura, Agricultura, Economia/Turismo, Saúde e Educação e ainda outras Entidades da Sociedade Civil – Movimento das Mulheres de Vermelho, Fundação Portuguesa de Cardiologia, Ordem dos Nutricionis-

tas, MemoriaMedia; em termos regionais (Algarve – região onde se localiza a nossa Comunidade Emblemática), foi também criada uma Comissão englobando, para além da Câmara Municipal de Tavira, as Direções Regionais de Agricultura e Pescas, de Cultura e o Turismo, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional, a Associação de Desenvolvimento Regional IN LOCO, as Escolas de Hotelaria, os Agrupamentos de Saúde

Não pretendendo ser exaustivo, gostaria, no entanto, de destacar algumas das inúmeras ações implementadas no terreno, que têm contribuído para a transmissão, documentação, investigação, preservação e revitalização desse imenso património que é a DM.

Em primeiro lugar, destacaria a realização anual da Feira da DM, cuja V Edição tem lugar de 7 a 10 de setembro de 2017. Trata-se de um evento com um forte impacto regional de vários pontos de vista.

Mencionaria, em segundo lugar, o esforço estruturante na área da Educação. Assim, a DM passou a constar das Metas Curriculares traçadas para o Ensino Básico e Secundário, nomeadamente para as Ciências Naturais (5.º, 6.º, 7.º e 8.º anos e 9.º ano) [12]. De facto, nestes dois documentos, podemos encontrar as seguintes metas: “Exemplificar ementas equilibradas, com base na Pirâmide de Alimentação Mediterrânea” (6.º ano, p. 8); “Reconhecer a importância da dieta mediterrânica na promoção da saúde” (9.º ano, p. 4). Também no que se refere à oferta alimentar em meio escolar foram dadas, de acordo com a circular n.º 3/DSEEAS/DGE/2014, orientações sobre ementas e refeitórios escolares, onde a promoção da Dieta Mediterrânica está já contemplada, nomeadamente a incorporação na ementa, de formas de culinária típicas da Dieta Mediterrânica. Com o intuito de promover a Literacia em Saúde, a DGE em parceria com a Direção-Geral da Saúde (DGS), está a ultimar um Referencial de Educação para a Saúde, que, entre outros objetivos, visa definir descritores que correspon-

dem a conhecimentos, comportamentos e atitudes que as crianças e alunos devem revelar ao longo da escolaridade, desde o pré-escolar, até ao 12.º ano. Neste documento encontram-se traçados vários objetivos no âmbito da promoção e defesa da DM, nomeadamente: identificar a Dieta Mediterrânica como exemplo das diferentes influências socioculturais sobre o consumo alimentar; identificar a Dieta Mediterrânica como exemplo de um padrão alimentar saudável; reconhecer o papel do cidadão e das suas escolhas alimentares na sustentabilidade ambiental.

Também é de destacar o trabalho de recolha de 100 receitas tradicionais levado a cabo pelo Projeto Memoriamedia em aldeias de todo o país. Em estreita colaboração com o referido projeto, o Instituto de Estudos de Literatura e Tradição (IELT) da Universidade Nova de Lisboa tem desenvolvido a sua ação nas vertentes de investigação e sensibilização. No âmbito da transmissão de conhecimentos, o IELT, em parceria com a Fundação Portuguesa de Cardiologia, a Direção Regional de Educação e a Direção-Geral de Saúde, participou na elaboração do programa para uma Oficina de formação (*Introdução multidisciplinar à Dieta Mediterrânica*), destinada a docentes de todas as áreas dos ensinos básico e secundário, e que se encontra a aguardar acreditação.

A nível do Ministério da Agricultura, distinguiria o levantamento e respetiva plantação das variedades tradicionais de fruteiras algarvias, autêntico museu vivo situado no antigo posto agrário de Tavira, bem como a prospeção de variedades de feijão na região de Lafões e os trabalhos de melhoramento de leguminosas levados a cabo pelo INIAV. A Dieta Mediterrânica foi tema da participação do Ministério da Agricultura na feira Portugal Agro, na Feira Internacional de Lisboa. A Direção Regional de Agricultura e Pescas do Algarve (DRAPAlgarve) organizou ainda, com elevado sucesso, um Seminário sobre Agricultura Social, onde ficou patente a grande importân-

cia da horta mediterrânica na melhoria da qualidade de vida das populações.

A Ordem dos Nutricionistas produziu um vídeo alusivo ao bem cultural.

A Direção-Geral de Saúde (DGS), via portal do Plano Nacional para a Alimentação Saudável (PNPAS), tem um separador dedicado à DM, o que demonstra bem o interesse do setor da saúde no tema, para além dos documentos produzidos e consultáveis nos links seguintes:

<http://www.alimentacaosaudavel.dgs.pt/biblioteca/dm-o-que-e/>

<http://www.alimentacaosaudavel.dgs.pt/biblioteca/dm-patrimonio-cultural-imaterial-da-unesco/>

É de destacar ainda a participação da DGS na produção da Roda da Alimentação Mediterrânica. Foi também responsável pelo lançamento de duas edições do Curso *online*, gratuito, *Coma melhor, poupe mais*, que tiveram a inscrição de 8 000 pessoas.

O Turismo de Portugal, por via dos seus múltiplos canais de comunicação, nomeadamente os digitais (sites [turismodeportugal.pt](http://turismodeportugal.pt), [visitportugal.com](http://visitportugal.com) e nas redes sociais Facebook, Twitter e Pintrest), fez a republicação de conteúdos referentes à Dieta Mediterrânica. Em articulação com as Escolas de Hotelaria e Turismo, o Turismo de Portugal promoveu ainda a divulgação de conteúdos e ações desenvolvidas.

Por ocasião da Expo Milão, o delegado da Equipa de Turismo nesta cidade italiana participou numa reunião subordinada ao tema da DM, cuja temática era *Alimentar o planeta, energia para a vida*.

A Universidade do Algarve (UALg) tem em curso o lançamento de um Mestrado em Culturas e Dieta Mediterrânica. Com efeito, a UALg submeteu à Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior o referido mestrado, com o qual pretende estudar a DM nas suas vertentes histórica, cultural, econó-

mica, social, ambiental e alimentar, de modo a responder aos interesses e desafios atuais, para dotar os mestrandos de competências para a promoção da DM como um incentivador da inovação e do crescimento económico, da produção sustentável de produtos alimentares locais, da proteção da biodiversidade e do ambiente, da promoção de um estilo de vida saudável e da valorização da nossa história e cultura milenares.

Será um curso de grande transversalidade de conhecimentos, aberto a alunos com formação de base diversa, com uma acentuada componente de investigação e trabalho de campo, e comprometido com as diferentes dimensões do território, visando inserir-se e articular-se com a realidade local e empresarial.

A institucionalização pela FAO de 2016 como Ano Internacional das Leguminosas marcou de forma indelével a atividade do GADM ao longo desse ano. De facto, o grupo envolveu-se ativamente em três eventos que atingiram os objetivos pretendidos:

- durante a Feira Nacional da Agricultura, em Santarém, o GADM, em parceria com a Rede Rural Nacional, organizou o programa do dia 6 de junho, incluindo nomeadamente: Seminário “Importância das Leguminosas na DM”; *Show cooking* de grão – variedade “elvar”; Leguminosas na Tradição Popular Portuguesa, sessão de divulgação de provérbios e mezinhas; e Rastreio cardiovascular. Tiveram ainda lugar atividades de informação e animação sobre os benefícios do consumo de leguminosas e uma exposição sobre leguminosas secas. Colaboraram neste conjunto de eventos a Câmara Municipal de Tavira, o INIAV, o IELT, a Fundação Portuguesa de Cardiologia, a Ordem e a Associação dos Nutricionistas, a Associação *In-Loco* e o *Chef* Nuno Barros;
- durante a IV Feira da DM, realizada no início de setembro em Tavira, teve lugar um Seminário alusivo ao tema da importância das Legumino-

sas na Dieta Mediterrânica, da responsabilidade da DRAP do Algarve e do INIAV;

- o Dia Mundial da Alimentação, 16 de outubro, foi comemorado com uma exposição realizada no Jardim Tropical, onde o GADM participou em conjunto com o INIAV, tendo para o efeito produzido um desdobrável.

É natural que a patrimonialização da DM tenha tido já algum impacto positivo no conhecimento e mesmo na adoção de uma alimentação saudável em alguns estratos populacionais, no entanto, tal ainda não foi mensurado. Alguma divulgação do tema tem certamente passado, espalhando-se a noção de que uma alimentação saudável poderá prevenir muitas das doenças crónicas com que nos vemos confrontados.

## Agradecimentos

Este texto beneficiou da leitura crítica das Doutoradas Alexandra Seabra Pinto e Amélia Delgado e do Doutor Pedro Graça, a quem agradeço.

## Referências

- [1] Keys A, Keys M (1959), *Eat well and stay well*, Doubleday & Company, Nova Iorque
- [2] Keys A, Aravanis C, Blackburn I, Buzina R, Djordjevic BS, Dontas AS, Fidanza F, Karvonen MJ, Kimura N, Menotti A, Muhacek I, Nedeljkovic S, Puudu V, Punsar S, Taylor HL, van Buchem FSP (1980), *Seven countries—a multivariate analysis of death and coronary heart disease*, A Commonwealth Fund Book, Harvard University Press, Cambridge, MA
- [3] Programa Nacional para a Promoção da Alimentação Saudável, PNPAS/DGS (2017), *Nova Roda dos Alimentos Mediterrânica*. Disponível em: <http://www.alimentacaosaudavel.dgs.pt/roda-dos-alimentos-mediterranica/> [acedido em 3/8/17]
- [4] *The Economist*, Intelligence Unit, EIU (2016), *Global Food Security Index*. Disponível em: <http://foodsecurityindex.eiu.com/> [acedido em 10/7/17]
- [5] *Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física*, IAN-AF 2015-2016. Relatório, parte II. Ed. Universidade do Porto

- [6] Papadaki S, Mavrikaki E.(2015) “Greek adolescents and the Mediterranean diet: factors affecting quality and adherence”, *Nutrition*, 31:345-349
- [7] Fiore M, Ledda C, Rapisarda V, Sentina E, Mauceri C, D’Agati P, Oliveri Conti G, Serra-Majem L, Ferrante M. (2015) “Medical school fails to improve Mediterranean diet adherence among medical students”, *Eur J Public Health*, 25:1019-1023
- [8] Portugal, Direção-Geral da Saúde. Direção de Serviços de Informação e Análise. *A Saúde dos Portugueses 2016*. Ed. Direção-Geral da Saúde, Lisboa.
- [9] *Balança Alimentar Portuguesa 2012-2016*, Ed. Instituto Nacional de Estatística, I. P., Lisboa
- [10] Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO (2006), *Food Security. Policy Brief*, Jun 2006, issue 2. Ed. FAO Agricultural and Development Economics Division & EC-FAO Food Security Programme
- [11] Sustainable Diets and Biodiversity, Directions and Solutions for Policy, Research and Action, Ed. Burlingame B, Dernini S. Nutrition and Consumer Protection Division., FAO. *Proceedings of the International Scientific Symposium: Biodiversity and Sustainable Diets United Against Hunger*, 3–5 November 2010, Sede da FAO, Roma
- [12] Direção-Geral da Educação (DGE), Programas e metas curriculares. Disponível em: <http://www.dge.mec.pt/programas-e-metas-curriculares/ciencias-naturais> [acedido em 3/8/17]





## Gastronomia e produtos de qualidade

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração-Geral (GPP) e Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR)

A produção agrícola e alimentar europeia tem uma reputação de excelência e reflete uma vasta variedade de produtos, oriundos das suas diversas regiões, que aliam a qualidade, a inovação e a tradição construída ao longo de séculos. A qualidade é uma marca no seu posicionamento, particularmente em produtos transformados com elevado valor acrescentado, num mercado agroalimentar crescentemente globalizado. Em 2016, o valor das exportações da UE no setor agroalimentar ultrapassou os 131 mil milhões de euros, gerando uma balança comercial positiva em cerca de 19 mil milhões de euros.

Esta situação deriva em grande parte da própria exigência dos consumidores europeus em matéria de qualidade alimentar, que é cada vez mais diversa e não se limita às questões da higiene e segurança dos alimentos e do seu valor em termos de saúde e nutrição, mas incorpora ainda, a necessidade de satisfação de expectativas relativas à sustentabilidade ambiental, ao bem-estar animal, à biodiversidade, à autenticidade e à genuinidade dos produtos tradicionais.

Com efeito, a qualidade dos produtos produzidos na UE, não é compatível com os baixos custos de produção dos produtos provenientes de países emergentes, nem deve a pressão pelo custo incentivar um decréscimo da qualidade. Deste modo, a

diferenciação pela qualidade é essencial para manter o dinamismo do setor alimentar

Existem atualmente na UE normas de comercialização para um número significativo de produtos agrícolas, menções facultativas usadas para identificar categorias ou qualidades de produto e três regimes de qualidade específica: indicações geográficas, agricultura biológica e especialidades tradicionais e ainda regimes particulares para a rotulagem das bebidas espirituosas e do vinho. Nos últimos anos, registou-se igualmente um crescimento substancial de sistemas de certificação da qualidade privados, levantando esta proliferação de sistemas e rótulos preocupações relativas à transparência e à credibilidade das alegações feitas.

A política agrícola comunitária procura criar condições para que os produtores europeus possam obter a devida valorização pelo cumprimento de tais exigências através dos regimes de apoio existentes para a produção agrícola, incluindo ainda alguma regulação ao nível do mercado final. Um rótulo de qualidade em regimes enquadrados na regulamentação europeia é sinónimo de um padrão de qualidade certificada e percebe-se uma qualidade superior.

Por outro lado, estes sistemas de certificação propagam vantagens ao longo da cadeia de valor de

que se destaca a facilitação do acesso dos agricultores aos mercados; a introdução de maior eficácia na comunicação e informação com o consumidor final sobre a qualidade dos alimentos; e a promoção de uma maior integração vertical do negócio com ganhos de eficiência.

Porém, para além desta produção de alimentos de qualidade e a formação de valor em particular no setor transformador, existe a necessidade de transferir estes efeitos positivos para o desenvolvimento rural enquanto fator de manutenção de áreas agrícolas e regiões rurais ativas e atrativas para o crescimento e para a vida de pessoas e comunidades vibrantes e envolvidas na preservação da sua identidade, enquanto fator de desenvolvimento que permita a criação de empregos a montante e jusante da atividade agrícola e fomente a manutenção de atividades tradicionais, sem perder de vista a inovação e o investimento.

A gastronomia, enquanto produto cultural de interesse económico assente no carácter e identidade das tradições, permite fazer a ponte entre produtos e regiões, e sendo baseada em bens agrícolas, estabelece também ligação com as políticas que lhes estão associadas.

Valorizar a qualidade e a diversidade da produção agrícola enquanto vantagem competitiva é importante para os produtores locais e instrumento de promoção do património cultural e gastronómico vivo, constituindo-se como motor de desenvolvimento dos territórios rurais e contribuindo para o reforço da atração turística e do desenvolvimento de atividades de lazer.

Preservar a genuinidade dos produtos tradicionais e dinamizar os mercados locais concorre para a manutenção dos sistemas de produção sustentados na valorização dos recursos endógenos, permitindo a fixação de populações ativas, fomentando o empreendedorismo local e uma melhor remuneração dos produtores, com impacto importante no meio ambiente e na preservação dos recursos.

A importância das iniciativas e das políticas que procuram criar novos polos de atratividade e viabilidade dos territórios rurais é primordial, assim como o papel das autarquias na dinamização dos mercados locais e na valorização dos produtos regionais, promovendo sinergias entre cultura, património, gastronomia e turismo.

Para a manutenção da genuinidade destas produções é de incentivar regimes e sistemas de certificação e diferenciação que visam assinalar no consumo a qualidade e a diversidade das produções, tendo em vista consolidar a confiança dos consumidores e aumentar a informação e o conhecimento dos alimentos que compram, promovendo um maior valor acrescentado e possibilitando uma maior lealdade das transações comerciais, protegendo direitos dos operadores económicos e dos consumidores.

A aposta na diferenciação dos produtos agroalimentares através da qualidade surge como uma das principais vias para o desenvolvimento de fileiras e territórios, justificando uma estratégia de valorização e promoção da produção nacional, suportada pela tendência recente de evolução dos hábitos de consumo destes produtos, que se podem resumir nos seguintes aspetos:

- procura cada vez mais exigente e sofisticada;
- crescimento em valor e não em volume;
- maior procura de produtos de melhor qualidade;
- vontade de consumir alimentos de maior prestígio;
- constante aumento do número de consumidores que privilegiam, na sua alimentação, a qualidade em detrimento da quantidade;
- maior seletividade na aquisição de produtos alimentares de produção industrial;
- substituição e/ou redução do consumo de alguns tipos de produtos considerados menos saudáveis;
- crescimento dos adeptos do consumo de produtos da agricultura biológica;

- maior procura de produtos tradicionais ou artesanais;
- preocupação com a matéria-prima e o processo de produção.

Assim, e mesmo tendo em conta a primazia do preço como fator da decisão de compra, a aceitação de produtos diferenciados tem grande potencial, em consequência da crescente sensibilidade dos consumidores, associada a uma vontade e capacidade de pagar por essa diferenciação.

Sendo então a diferenciação pela qualidade a via mais favorável, em princípio, para enfrentar a nova realidade do mercado, surge a questão de como definir essa qualidade, uma vez que se trata de um conceito que depende de fatores muito variáveis, como por exemplo a cultura das populações, podendo ser associado ao cumprimento de legislação em matéria de segurança alimentar, ou ir mais além, à característica específica de um produto ou modo de produção.

Não obstante a existência de múltiplos regimes de qualidade de produtos agroalimentares, ao nível das políticas públicas interessa agir sobre aqueles que resultam de um atributo endógeno e de um contrato de confiança entre produtor e consumidor, que leve a que essa característica seja componente da atividade económica como um todo, e que o reconhecimento e regulação dessa designação de qualidade não seja pertença de um só indivíduo, mas sim que assente numa justificação coletiva, baseando-se num ou mais dos seguintes fatores – processo de transformação/preparação, património genético, modo de produção, origem ou reputação/tradição.

Neste contexto, e considerando como fundamental que a qualidade de um produto agroalimentar deve ser remunerável pelo mercado, e que a sua produção acarreta custos acrescidos face aos produtos não diferenciados, custos esses que por vezes são ainda mais elevados em resultado de más estraté-

gias e abordagens que levam a situações de múltiplas certificações para o mesmo produto, ou níveis de qualificação desajustados às características do produto, é fundamental definir o posicionamento pretendido e possível desse mesmo produto no mercado, não confundindo vontade com necessidade ou capacidade.

Para esse efeito, é possível considerar dois tipos fundamentais de produtos, os de *input* que envolvem essencialmente consumo no local em que são produzidos, muitas vezes associados a eventos de carácter gastronómico ou cultural, e que geram valor nos territórios através de atividades complementares como a hotelaria e restauração, e os de *output*, consumidos maioritariamente fora do local em que são produzidos e que criam valor não só nesses territórios mas também nas fileiras em que estão posicionados, exigindo desenvolvimento de circuitos comerciais e *marketing*, e estando por isso mais sujeitos a pressões de mercado.

A materialização da capacidade destes produtos em gerar valor para a atividade agrícola e para as regiões rurais resulta de um conjunto de fatores e de agentes que vão para além dos produtores e produtos agrícolas, mas que devem estar inseridos na cultura, na identidade e no envolvimento do local em que se desenvolve a atividade primária, sendo de destacar o papel da gastronomia enquanto potencial gerador de mercado, de promoção, de sinergia com o turismo. Os chefes de cozinha podem desempenhar uma ação fundamental na relação produtos/consumidores, assim como as autarquias na relação produtos/territórios.

Os exemplos de produtos como o vinho ou o azeite, em que está já mais do que consolidada a sua relação com o local de produção ou a origem junto dos consumidores, são cada vez mais um paradigma do potencial do produto, que é levado a outros patamares de diferenciação e valor acrescentado quando complementado com associações gastronómicas, na confeção, apresentação e conceção de sinergias,

tradicionais ou inovadoras, entre vários produtos agroalimentares. O momento e o local da experiência ficam também associados ao efeito global no consumidor, e por isso, toda a envolvimento é importante para que esse potencial seja efetivamente traduzido num crescimento da economia local, e dificilmente se poderá dissociar o produto da região.

Assim, os logotipos de qualidade, enquanto expoentes jurídicos da cultura gastronómica e impulsores de modos de vida ajustados à natureza, à tradição e à autenticidade (em oposição a uma certa voracidade da “modernidade”) e da preocupação coletiva e comunitária corporizada nas políticas estatais de organização do território e preservação do património natural, cultural e social, assumem hoje um papel cujo desenvolvimento cumpre cuidar.

## Regimes de qualidade existentes a nível da UE

### Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Especialidade Tradicional Garantida (ETG)

O regime de qualidade das DOP/IGO/ETG surge, por um lado, da procura crescente por alimentos tradicionais e de qualidade, em especial os que estão associados à sua origem geográfica e, por outro lado, da necessidade verificada pelos produtores de diferenciarem claramente os seus produtos no mercado e também de se protegerem contra as imitações.

Neste enquadramento, a União Europeia adotou um novo sistema de regulação, através da criação de registos para os produtos agrícolas e géneros alimentícios com o fim de facilitar a proteção das denominações de produtos associados a uma determinada origem geográfica. O sistema teve início em 1992, sendo atualmente o regulamento enquadrador deste regime, o Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de novembro.

No âmbito deste regime, os produtores podem registar e proteger os nomes de determinados produtos agrícolas e géneros alimentícios de acordo com três esquemas diferentes:

#### 1. Denominação de Origem Protegida (DOP)

É uma denominação que identifica um produto originário de um local ou região, cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo fatores naturais e humanos, e cujas fases de produção têm lugar na área geográfica delimitada;



#### 2. Indicação Geográfica Protegida (IGP)

É uma denominação que identifica um produto originário de um local ou região, que possui determinada qualidade, reputação ou outras características essencialmente atribuíveis à sua origem geográfica, e em que pelo menos uma das fases de produção tem lugar na área geográfica delimitada.



Esta denominação é semelhante à DOP, no entanto, a associação geográfica não é tão forte. Além disso, o produto deve possuir uma qualidade específica ou reputação ou característica atribuível à localização geográfica.

#### 3. Especialidade Tradicional Garantida (ETG)

Esta denominação não faz referência a uma origem, mas designa o produto agrícola ou género alimentício produzido a partir das matérias-primas tradicionais, ou com uma composição tradicional ou um modo de produção e/ou de transformação tradicional que o distinga de outros produtos similares.



## Benefícios associados aos esquemas DOP, IGP e ETG

O registo sob as denominações DOP e IGP dá aos produtores que efetuaram o pedido original, e àqueles que satisfazem os requisitos do esquema, direitos exclusivos de utilizar o nome do produto registado e protegido. No que diz respeito aos produtos DOP e IGP, os produtores que estão fora da região geográfica considerada estão explicitamente excluídos de utilizar o nome registado. A utilização dos logótipos aprovados permite aos produtores informarem os consumidores acerca da qualidade e autenticidade dos seus produtos, possibilitando-lhes uma escolha informada. Vários estudos demonstraram também que estes esquemas são um contributo valioso para o desenvolvimento rural sustentável, nomeadamente ao promoverem a utilização de variedades regionais, contribuindo assim para a preservação dos recursos genéticos, a diversidade rural e a coesão social e a criação de oportunidades de trabalho.

## Número de nomes qualificados em Portugal (excluindo vinhos e bebidas espirituosas vínicas)

Portugal tem 141 nomes de produtos agrícolas e géneros alimentícios registados como DOP/IGP/

ETG, das quais 31 carnes frescas, 41 produtos de salsicharia e presuntos, 22 frutos frescos e secos, 15 queijos e produtos à base de leite, 9 méis, 8 azeites e azeitonas, 4 hortícolas e arroz, 6 produtos de pastelaria, 2 sal/flor de sal e pescado e 3 bebidas espirituosas não vínicas, sendo o 4º país da Europa com maior número de denominações registadas.

## Volume e valor de produção

Em 2015, como se pode verificar no quadro que se segue, o volume total de produção de produtos com DOP/IGP/ETG foi de 104 142 toneladas, representando um valor total de 47 319 951 euros.

Nesse mesmo ano, a categoria de produtos com DOP/IGP com maior peso em termos de valor da produção, foi a dos *Frutos* (que inclui frutas frescas e secas) com valor de produção total de 13 627 347 euros, logo seguida pela categoria dos *Queijos e produtos à base de leite*, com um valor de produção total de 11 668 137 euros e as categorias *Carne de Bovino* e *Azeites* com 9 035 316 euros e 8 316 483 euros, respetivamente.

Ainda no que se refere à produção nacional de produtos com DOP/IGP/ETG, comparando as mesmas categorias de produtos, relativamente à produção

### Valor de Produção de Produtos com DOP/IGP/ETG (2014 e 2015)

Produto	Produção DOP/IGP/ETG (kg)		Valor da Produção DOP/IGP/ETG (€)	
	2014	2015	2014	2015
Queijo e Produtos à base de leite	1 370 177	1 422 906	11 373 398	11 668 137
Carne de Bovino	2 130 967	2 298 765	8 487 972	9 035 316
Carne de Ovino	39 217	32 323	78 358	59 088
Carne de Caprino	4 697	4 553	51 009	49 446
Carne de Suíno	15 000	1 600	37 500	4 000
Produtos de Salsicharia	634 887	623 930	475 297	513 666
Mel	44 118	33 535	184 042	161 765
Azeite <sup>(1)</sup>	5 010 158	3 370 858	8 659 349	8 316 483
Frutos	134 703 475	93 164 067	11 409 367	13 627 347
Produtos Hortícolas e Cereais	1 769 552	2 391 267	37 488	33 280
Produtos de Pastelaria	160 405	261 784	3 142 106	3 546 928
Sal e Flor de Sal	654 500	536 480	285 650	304 495
<b>TOTAL</b>	<b>146 537 153</b>	<b>104 142 068</b>	<b>44 221 535</b>	<b>47 319 951</b>

(1) Produção em hectolitros (hl)

total do país, constata-se que a produção certificada em 2015 representou cerca de 3% da produção total nacional.

Para este valor contribuiu, na sua maioria, a categoria dos *Frutos* com DOP/IGP: cerca de 11% da produção nacional total de frutos. Salientam-se também as categorias da *Carne de bovino* e a dos *Queijos e produtos à base de leite* com DOP/IGP, que representavam cerca de 3% e 2%, respetivamente, da produção total nacional em 2015.

### Sistema de Valorização de Produtos Tradicionais Portugueses

Na busca de soluções que visem assegurar o interesse público na defesa dos produtos tradicionais contra usos abusivos e aproveitamentos ilegítimos do nome e reputação de muitos dos produtos tradicionais portugueses, a Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR) criou um “Sistema de Valorização de Produtos Tradicionais Portugueses”.

O Sistema de Valorização integra o *Inventário dos Produtos Tradicionais Portugueses*, disponível no

sítio da *Internet* «*Produtos Tradicionais Portugueses*» (<https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/>) e a marca coletiva de certificação *tradicional.PT*.



O referido sítio «*Produtos tradicionais Portugueses*», foi lançado no dia 29 de maio de 2016 no *Dia Nacional da Gastronomia Portuguesa* e resultou do trabalho desenvolvido pela DGADR, com a colaboração da Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas (FPCG) e, mais recentemente, da MINHA TERRA – Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local.

O *Inventário dos Produtos Tradicionais Portugueses* consiste num levantamento sistemático e documentado do receituário tradicional português e dos produtos agrícolas e géneros alimentícios tradicionais portugueses, nomeadamente através da inventariação de referências escritas e da obtenção de elementos relativos à história, particularidades, usos e saber-fazer associados a esses produtos.

Este *Inventário* ambiciona divulgar o património gastronómico, preservar e difundir o saber-fazer tra-

**PRODUTOS TRADICIONAIS**  
PORTUGUESES  
Produtos agrícolas, géneros alimentícios e pratos preparados

🇵🇹 🇬🇧

🔍

📞 Contactos 📍 Mapa do site 📄 Ligações 📡 RSS

**Início** Categorias Zonas Geográficas Regime de Qualidade Referências Destaques Multimédia

“ Portugal detém um extenso e diversificado leque de produtos alimentares de cariz tradicional, associados a cada uma das regiões do país, resultado da influência cultural na elaboração destes alimentos, que constituem uma herança viva de um património gastronómico singular e rico. Saiba mais ”

dicional e dar a conhecer com maior precisão os produtos portugueses, a sua qualidade e os seus processos de produção. Conta, neste momento, com mais de 660 produtos e pratos inventariados.

No que respeita à marca *tradicional.PT*, esta destina-se a promover uma clara distinção no mercado dos produtos tradicionais portugueses, garantindo aos consumidores a autenticidade dessa identidade, visando facilitar a orientação da compra pela identificação expressa da mesma. A adesão à marca «*tradicional.PT*» será gratuita e de carácter voluntário, desde que reunidas as condições de elegibilidade. A utilização desta marca será permitida

a terceiros, nomeadamente agentes económicos do setor da produção, distribuição e restauração.

Atualmente, está a ser preparada uma proposta de diploma prevendo a criação do “Sistema de Valorização de Produtos Tradicionais Portugueses” e o estabelecimento de condições para a sua utilização.

Promovendo a completa transparência da insígnia, a DGADR irá disponibilizar a todos os cidadãos, na sua página *web*, uma listagem atualizada de todos os aderentes, indicando os produtos em que estão autorizados a aplicar a mesma.





# ASSUNTOS BILATERAIS E MULTILATERAIS

---

## **CULTIVAR**

S.m. Botânica. *QUALQUER VARIEDADE VEGETAL CULTIVADA, SEJA QUAL FOR SUA NATUREZA GENÉTICA.*

## Sobre “O Terceiro Prato – Notas sobre o Futuro da Alimentação” de Dan Barber

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração-Geral (GPP)

### Referência

**AUTOR:** Dan Barber

**TÍTULO:** *The Third Plate – Field Notes on the Future of Food*

**EDITOR:** The Penguin Press, Nova Iorque

**TIPO DE DOCUMENTO:** Livro

**LOCALIZAÇÃO DO DOCUMENTO:** <http://www.thethirdplate.com/> (apresentação do livro)

**IDIOMA:** Inglês

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 486

**ANO DA EDIÇÃO:** 2014

Este é um livro de grandes histórias sobre um tema fascinante: a alimentação humana. Como diz Kevin Gould nesta edição da CULTIVAR, o mais íntimo dos atos é cozinhar e comer, porque usa matérias que nos são exteriores para as transformar em nós próprios. Para Wendel Berry<sup>1</sup>, citado por Barber, comer “*é um ato incontornavelmente agrícola e aquilo que comemos determina, em grande medida, a forma como usamos o mundo.*” (p.11)

Este é um livro de um *chef* que começa com uma espiga de milho seca e pouco apetitosa. Uma

espiga de milho de uma variedade americana do século XVII, cuidadosamente selecionada pelas tribos ameríndias pela produtividade e pelo sabor, que Dan Barber recebeu pelo correio, que lhe pagaram para plantar, que plantou segundo métodos tradicionais de cultura com outras espécies, que colheu e moeu, e com a qual fez uma polenta que “*foi um despertar*” (p.7). E que lhe permitiu compreender o papel fundamental que, mais do que um ingrediente específico, o solo onde cresce e a forma como cresce têm na determinação do sabor. Esta foi uma experiência que Barber repetiu depois muitas vezes ao longo dos dez anos que demorou a escrever o livro.

<sup>1</sup> Wendel Berry (1934-) é escritor, poeta, ambientalista, agricultor e autor, entre muitas outras obras, de *The Unsettling of America: Culture and Agriculture* (1977).

“Com uma regularidade notável, quase irónica, dei por mim a repetir este tipo de experiência. Diferentes explorações, diferentes agricultores, o mesmo arco narrativo, recordam-me que a comida verdadeiramente saborosa se baseia numa receita bem mais complexa do que tudo o que eu possa conceber na cozinha. Uma tigela de polenta que nos aquece os sentidos e nos fica na memória torna-se tão simples como um grão de milho e tão complexa como o sistema que lhe está na origem. Fala de algo que está para lá do produto cultivado, do cozinheiro ou do agricultor – fala da totalidade da paisagem e da forma como ela se constrói.” (p.8)

Estas várias experiências ensinaram-lhe, assim, que “a comida verdadeiramente deliciosa depende de todo um sistema de agricultura. (...) E que tipo de agricultura é esta? Local? Biológica? Biodinâmica? O que eu aprendi foi que esta agricultura vai para além dos rótulos. É preciso algo de mais vasto para a explicar. Eve Balfour, uma das pioneiras da agricultura biológica, dizia que a melhor agricultura não pode ser reduzida a um conjunto de regras. (...) ‘Temos de cultivar a natureza’”, diz um dos agricultores com quem Barber falou e que de certo modo reflete “a atitude, a visão do mundo” e a história de todos os agricultores de quem o livro fala. (p.18)

“Cultivar a natureza é incentivar mais natureza., o que não é fácil de fazer. Mais natureza significa menos controlo. Menos controlo implica uma certa espécie de fé, e é aí que a visão do mundo entra em ação. Vemos o mundo natural como precisando de alteração e melhoramento, ou vemo-lo como algo que tem de ser observado e interpretado? Vemos os seres humanos como uma pequena parte de um sistema incrivelmente complexo e frágil ou vemo-nos como os comandantes? Os agricultores deste livro são observadores. Escutam. Não exercem controlo. (...) cultivam a natureza, orquestrando todo um sistema de agricultura (...) em que cada comunidade viva é vasta, complexa e essencial à saúde desse sistema.” (p.19) Permitem descobrir “aquilo a que Wendell Berry chamou a ‘cultura’ na agricultura” (p.20).

“É difícil rotular estes agricultores, porque é difícil rotular uma atitude (...). Quando o rei Lear pergunta ao cego Gloucester como vê ele o mundo, Shakespeare fá-lo dizer ‘Vejo-o, sentindo-o’. Os agricultores deste livro veem o seu mundo, sentindo-o.” (p.19)

Ou, como Barber diz mais adiante, quando fala da experiência de Eduardo Sousa, o produtor espanhol de *foie-gras* ecológico, e do sistema da *dehesa* (semelhante ao nosso montado): “Quando deixamos a natureza trabalhar, o que significa cultivar a terra de uma maneira que promove todas as suas frustrantes ineficiências – quando cultivamos a natureza – acabamos por produzir mais do que com qualquer outro sistema que a possa substituir.” (p.180/1) “A nossa tarefa não é apenas apoiar o agricultor; é, na verdade, apoiar a terra que apoia o agricultor.” (p.182)

Este é também um livro de um rapaz americano que tinha uma avó apaixonada por uma quinta perto de Nova Iorque, o que lhe deu a possibilidade de crescer a trabalhar no campo durante o verão: a Blue Hill Farm, onde hoje funciona uma exploração agrícola e pecuária, um centro educativo “sem fins lucrativos dedicado ao futuro da alimentação produzida de forma sustentável” (p.211) que ensina técnicas de cultivo e conservação da terra agrícola, um mercado local, um café e um restaurante. A exploração fornece também um outro restaurante em Manhattan, a cerca de 50 km. Este é, assim, um livro de um *chef* norte-americano com uma visão de todas estas questões permeada por aquilo que é a agricultura e a alimentação no seu país, mas que procura confrontá-la com experiências noutros lugares.

O restaurante de Barber era considerado do campo ao prato, um movimento que surgiu como resposta à deterioração do ambiente e à degradação da saúde e nutrição provocadas pela agricultura industrial, procurando produtos locais e sazonais, que envolvem uma maior ligação com o agricultor e produzem alimentos mais saborosos e saudáveis.

“E, no entanto, apesar de todo o sucesso do movimento e das mudanças operadas na consciencialização da opinião pública, estes ganhos não alteraram, fundamentalmente, as forças políticas e económicas que determinam a forma como os alimentos são produzidos no nosso país. (...) A cultura alimentar – a maneira como comemos, que é diferente daquilo que comemos – permaneceu em grande medida inalterada.” (p.11)

“Do campo ao prato pode soar bem (é direto e consistente), mas a verdade é que é o campo quem acaba por se submeter ao prato e não o contrário, dificultando a manutenção de uma boa agricultura.” (p.15)

Barber compreendeu que é preciso ir mais longe. Por exemplo, mais do que uma agricultura menos prejudicial ao solo, que utiliza a rotação de culturas para potenciar a qualidade do solo como base do sabor, é preciso que todos nós estejamos disponíveis para utilizar essas culturas da rotação na nossa alimentação (e.g. uma receita de *Rotation risotto*, p.437, que, em vez de arroz, utiliza culturas das rotações que preparam o solo para o trigo: centeio, cevada, trigo mourisco, milho painço, além de leguminosas, que agora se destinam normalmente à alimentação animal); nas pescas, em vez de comermos apenas os peixes de maiores dimensões do topo da cadeia alimentar, é preciso utilizar as capturas acessórias (*by-catch*) ou as pequenas espécies até agora, ou em certos sítios, menosprezadas; na produção animal, temos de consumir partes menos utilizadas, em vez de apenas os cortes habituais de bifes, costeletas e febras (recorrer ao chamado *nose-to-tail*, do focinho à cauda, ou até mesmo ao *bone-to-blood*, dos ossos ao sangue, como nós fazemos com o porco, ou utilizar certas vísceras que os americanos pouco consomem, ou cozinhar com carvão de ossos de porco, por exemplo), de modo a chegarmos a uma perfeita interseção entre boa agricultura (e boa pesca) e boa mesa. Os *chefs* têm aqui um papel fundamental como ativistas do sabor, para estabelecer tendências ou repensar hábitos alimentares: podem ser os primei-

ros a propor “novos” produtos, que depois acabam por chegar ao público em geral. Segundo Barber, um número crescente de *chefs* tem vindo a tornar-se ativista “na defesa da mudança do sistema agrícola”. (p.10)

Este não é, porém, um livro de receitas, como se poderia esperar de um cozinheiro (embora elas também surjam no Epílogo: o *Rotation risotto* é uma delas), mas antes um livro de interrogações. Na verdade, é um livro à procura de uma “receita” que permita conjugar sustentabilidade, produtividade, rendimento e sabor e que, nessa busca, vá abrindo sucessivas interrogações como se fossem matrioskas, encontrando sempre nova matéria para se questionar. Como ponto de partida estão perguntas básicas: de onde vem o sabor daquilo que comemos? Como podemos comer de uma forma mais sustentável?

E o que é afinal o Terceiro Prato? Quando a certa altura lhe pediram que idealizasse um prato que representasse o futuro da cozinha, Barber recusando visões para ele distópicas de insetos, algas ou pílulas, pensou num percurso evolutivo em três pratos. O primeiro prato representa a segunda metade do século XX: uma enorme porção de proteínas animais (tipicamente, um bife de vaca alimentada com cereais) com uma porção muito reduzida de vegetais. O segundo prato é o resultado atual do movimento do campo ao prato, com um bife mais pequeno agora produzido em regime extensivo e vegetais biológicos ou, pelo menos, produzidos localmente, mas no essencial não muito diferente do anterior. O Terceiro Prato procura inverter as porções, com uma grande porção de vegetais (um bife de cenoura, por exemplo) e a proteína a servir de complemento (um molho de carne).

Para Dan Barber, isto não significa necessariamente que no futuro só haverá bifes de vegetais, mas sim que “o futuro da cozinha terá de representar uma mudança de paradigma, uma nova forma de pensar sobre a cozinha e a alimentação que desafie as expe-

*tativas mais profundamente arreigadas (...) uma nova cozinha, que vá para além de uma tomada de consciência em relação à origem dos ingredientes e que, como todas as grandes cozinhas – comece a refletir aquilo que a paisagem pode fornecer.” (p.18)*

Segundo ele, era necessário “*um princípio organizador, uma coleção de pratos em vez de uma lista de ingredientes, refletindo todo um sistema de agricultura – por outras palavras, uma gastronomia.*” (p.15)

Na realidade, todas as gastronomias importantes e interessantes foram construídas em torno deste princípio: retirar a maior nutrição possível e o melhor sabor possível de recursos limitados, através de uma micronegociação entre os agricultores e a paisagem, entre o que a terra pode fornecer e aquilo que é possível fazer para apoiar essa oferta. Ou seja, as grandes gastronomias estão em sintonia com um sistema alimentar que celebra uma ecologia ou um lugar. Na América, a grande abundância de recursos fez acreditar que essa negociação era menos necessária, criando “*uma filosofia de extração: conquistar e dominar a natureza, em vez de trabalhar em harmonia com ela.*” (p.16)

A partir da década de 50, a Revolução Verde que teve início para tentar resolver os problemas de fome e baixa produtividade no México e na Índia, aumentando a produção de alimentos sem aumentar a terra utilizada, jogou tudo no aumento de produtividade. E se isso permitiu salvar da fome muitos milhões de pessoas, preservando simultaneamente muita área de floresta, acabou por fazer prevalecer em todo o mundo um modelo de agricultura (e um sistema alimentar) disfuncional. (p.362)

*“Os avisos são claros: porque comemos de uma forma que prejudica a saúde e sobre-explora os recursos naturais (para não falar das implicações sociais e económicas), o sistema alimentar convencional não é sustentável. Instalações industriais agroalimentares como as grandes monoculturas de cereais ou as explorações pecuárias intensivas são*

*tão pouco o futuro da agricultura como as fumarentas fábricas do século XIX são o futuro da indústria. (...) Embora a maior parte dos alimentos que consumimos provenha ainda de uma agricultura que está presa a esta mentalidade de extrair mais, desperdiçar mais, o senso comum sugere que esta atitude não pode durar. Nas palavras do escritor ambientalista Aldo Leopold ‘morrerá do seu próprio excesso.’” (p.9)*

Mas voltando ao Terceiro Prato, este “*novo conceito de um prato de comida (...) é menos um ‘prato’ propriamente dito do que uma maneira diferente de cozinhar ou de compor uma receita, ou de criar um menu, ou de procurar ingredientes – ou mesmo de fazer todas estas coisas em conjunto. Combina os sabores não com base em convenções, mas porque estes se articulam para apoiar o ambiente que os produziu. O Terceiro Prato vai para além de uma consciencialização das pessoas para a importância dos agricultores e da agricultura sustentável. Ajuda-nos a reconhecer que aquilo que comemos é parte de um todo integrado, de uma teia de relações, que não pode ser reduzido a ingredientes individuais. (...) Como todas as grandes gastronomias, está em permanente movimento, evoluindo para refletir o melhor que a natureza tem para oferecer.*” (p.21) Os chefs poderão ser os maestros nesta orquestra, uma espécie de curadores do sabor, mas terão de ir para lá da cozinha, concentrando-se também no estudo que precede o concerto “*que investiga a história da composição, o seu significado e contexto.*” Só então será possível criar algo “*que acabará por penetrar no tecido da memória.*” (p.22)

O Terceiro Prato é, no fundo, uma metáfora para uma nova maneira de comer, tendo por base um sistema agrícola que consiga manter vivo o solo (já que um solo vivo é essencial ao sabor e ao valor nutritivo dos alimentos) e que sustente a paisagem, partindo daquilo que a natureza tem para oferecer e trabalhando a partir daí, através da inovação e da descoberta. A receita para o solo é que dita a

sustentabilidade de um sistema agrícola, ditando simultaneamente o potencial de sabor.

Trata-se, assim, de comer/cozinhar toda a exploração agrícola da mesma forma que se deverá comer/utilizar todo o animal, de comer aquilo que a alimentação “industrial” nos foi desabitando de comer e de alterar a arquitetura do prato. E não será necessário reinventar a roda, mas apenas recuperar e tornar mais eficientes certos sistemas agrícolas tradicionais, que foram sendo abandonados em nome de uma produtividade afinal enganosa. O que Barber diz é que esta mudança na agricultura tem de passar pela maneira como comemos. O tipo de agricultura de que precisamos não pode ser sustentável se as nossas dietas não utilizarem toda a diversidade que ela oferece, nem se se mantiverem certas tendências atuais, de consumo crescente de carne, por exemplo, ou ainda de utilização de cereais como ração. É preciso incentivar as dietas que refletem o que um sistema agrícola sustentável oferece. É isso que o Terceiro Prato significa: comer a paisagem.

Para Dan Barber, o futuro da alimentação, e a única forma de alimentar um planeta com uma população crescente, é apostar nesta agricultura diversificada e com uma visão global da exploração agrícola, integrando a produção vegetal e animal com uma gestão sustentável do solo. Este tipo de agricultura não só é essencial do ponto de vista ambiental e numa perspetiva de longo prazo, mas também permite ultrapassar frequentemente a produtividade de sistemas de monocultura que recorrem exclusivamente a produtos químicos, muito comuns em países como os Estados Unidos.

As fronteiras entre cozinheiro, agricultor e consumidor vão-se esbatendo à medida que se difunde a ideia de que aquilo que comemos começa muito antes de chegar à cozinha. O papel dos *chefs* e dos consumidores será o de incentivarem os produtores e os cientistas a produzirem comida saudável, “*verdadeiramente deliciosa*” (uma expressão que Bar-

ber utiliza com frequência) e nutritiva. A tarefa de otimizar o sabor, promover o ambiente e desenvolver a economia é uma responsabilidade de todos.

*“A ciência ensina-nos que a resposta para compreender a complexidade de alguma coisa é decompô-la nas suas componentes. À semelhança da cozinha convencional, insiste que as coisas têm de ser medidas e pesadas com precisão. Mas as interações e as relações (...), aquilo a que chamamos ecologia – não podem ser medidas nem pesadas.”* (p.20)  
*“A nossa convicção de que podemos criar uma dieta sustentável escolhendo a dedo os melhores ingredientes está errada. Porque tem uma visão estreita das coisas. Não podemos pensar em mudar partes do sistema. Temos de pensar em redesenhar o sistema.”* (p.21)

*“A atual cultura alimentar deu aos chefs uma plataforma de influência, incluindo o poder, senão o luxo, de inovarem. Enquanto árbitros do gosto, podemos ajudar a inspirar um Terceiro Prato, uma nova forma de comer que junte todas as peças.”* (p.22)

Embora difícil, Barber adianta que a tarefa é intuitiva, porque “*como as histórias deste livro sugerem, ela assume sempre a forma de comida deliciosa. O sabor verdadeiramente fantástico – aquele que nos deixa pura e simplesmente de queixo caído – é uma lente poderosa para o mundo natural, porque o sabor penetra através de coisas delicadas que não conseguimos ver nem apreender. O sabor é um profeta, um revelador do essencial. E pode ser um guia na reinvenção do nosso sistema alimentar e das nossas dietas desde a base.*” (p.22)

O livro está dividido em quatro partes, com uma Introdução e um Epílogo:

- **Parte I – Solo – Ver com olhos de ver**, onde Barber faz uma breve história da agricultura e do solo (e uma história do trigo) nos EUA, na segunda metade do século XX, altura em que a produtividade crescentes corresponderam problemas

crescentes de degradação, mostrando, em contrapartida, diversos exemplos de agricultores que viram isso acontecer e decidiram seguir outro caminho.

*“Tiveram lucro logo no primeiro ano, depois continuaram a ganhar cada vez mais à medida que novas tecnologias agrícolas varriam a exploração. Variedades melhoradas de cereais, incluindo milho híbrido e trigo de alto rendimento, e, mais importante ainda, o uso generalizado de adubos e pesticidas químicos fizeram disparar as produtividades para níveis que eles nunca antes tinham imaginado. (...) “O meu pai ficava a olhar para o silo, a coçar a cabeça” [diz Klaas Martens, um dos heróis do livro, um produtor de cereais que passou para a agricultura biológica, quando percebeu que estava a ser envenenado] Parecia magia. ‘Tudo acontecia tão depressa, que nos embebedámos de produtividade,’ diz Klaas. ‘Era uma espécie de toxicodependência. No primeiro ano, houve uma resposta incrível com os produtos químicos, mas não nos apercebemos de que iam sendo necessárias quantidades cada vez maiores para obter as mesmas produtividades.” (p.27)*

*“Mais lucro leva, por sua vez, à aquisição de mais terra, o que normalmente significa menos diversidade cultural, mais maquinaria pesada, etc. Em breve, a relação do agricultor com a sua exploração torna-se menos íntima. É esta perda de intimidade que leva à ignorância e acaba por gerar perdas. À volta da mesa, todos abanavam a cabeça, concordando em silêncio: Klaas acabava de descrever o problema da agricultura americana.” (p.32) Uma agricultura vítima do seu próprio sucesso: “O fracasso do sucesso”, como lhe chamava Wes Jackson do *Land Institute*.*

*“A história do trigo é a história daquilo que somos.” (p.34) E, no entanto, o domínio do trigo na alimentação e na agricultura mundial (onde ocupa mais superfície do que qualquer outra cultura) e americana (60% da área para*

*trigo, milho e arroz contra 5% para frutas e hortícolas) é subavaliado pelos chefs e consumidores que procuram uma alimentação mais sustentável. Barber considera que temos de falar mais do trigo e da forma como ele é cultivado. “Se queremos melhorar o estado do nosso sistema alimentar e criar uma tradição alimentar que estabeleça uma relação ponderada entre todos os diferentes elementos, centrarmo-nos apenas nas frutas e hortícolas é como planear uma casa nova, desenhando apenas as portas e as janelas.” (p.35) Ou seja, a preocupação com a qualidade de certos produtos que ignora o impacto que a má qualidade do trigo, ou dos cereais, tem na nossa alimentação deve-se apenas, segundo Martens, ao facto de “termos perdido o sabor do grão.”*

*“A história do trigo é o anti-Pigmalião: no nosso esforço de dez mil anos para esculpir um grão mais perfeito, só conseguimos torná-lo mais morto.” (p.38) E “não nos limitámos a matar o trigo; matámos também o sabor.” (p.40)*

É preciso perceber “a linguagem do solo” também porque a sua degradação se reflete no sabor. (p.62) “Não há boa comida sem bom solo.” (p.68) E a abordagem química é a principal culpada da morte do solo. “A manutenção da fertilidade do solo é a verdadeira base da saúde e da resistência às doenças; escreveu [o botânico inglês Albert Howard] no livro *An Agricultural Testament*. (...) Ele via a tendência química, no melhor dos casos, como míope, e, no pior dos casos, como uma loucura que resultaria no colapso da capacidade produtiva do solo. Os adubos artificiais (...) ‘conduzem inevitavelmente a nutrição artificial, comida artificial, animais artificiais e, finalmente, a homens e mulheres artificiais’”. (p.77)

Não saber tudo – de onde vem exatamente o sabor ou como funcionam exatamente os nutrientes –, aceitar que haja algum mistério permite que “o respeito, e até o temor, preencha



o vazio. Um pouco de ignorância impede-nos de julgarmos erradamente que é possível manipular todas as condições para cada colheita. Não saber exatamente o como torna-nos mais humildes e provavelmente acaba por ser muito mais saudável. Nas palavras do ecologista Frank Egler, ‘A Natureza não é só mais complexa do que imaginamos; é também mais complexa do que conseguimos imaginar.’” (p.88)

- **Parte II – Terra – Uma dádiva da natureza** conta as experiências de Eduardo Sousa e os seus “ganhos livres” na *dehesa* espanhola, de grandes cozinheiros, como Jean-Louis Palladin, uma espécie de precursor do movimento do campo ao prato, e grandes agricultores, como Mas Matsumoto, produtor californiano de pêssegos, que contribuíram para sensibilizar os americanos para uma agricultura e uma produção mais sustentáveis, fazendo-os compreender que “a boa comida era indissociável da boa agricultura” (p.136). “Quando se consegue que os profissionais se interessem, (...) isso acaba por se propagar a toda a gente” (p.115) E contribuíram também para combater os problemas da industrialização e desumanização da agricultura (desumanização essa que envolve humanos, animais e plantas), ilustrada, por exemplo, pela história da produção de frangos nos EUA. (“Os americanos chegaram agora a um ponto em tempos impensável: não há limite para a quantidade de carne que podemos consumir” p.152, e a lógica do “get big or get out” – “cresce ou desaparece” para os produtores).

Barber fala da importância de ver os animais como seres vivos (que sabem melhor do que nós o que lhes faz bem: “Está no ADN do ganso procurar condições para comer e viver bem” diz Sousa, p.131) e não mera mercadoria, não só por razões humanitárias e de visão do mundo, mas também porque isso se reflete em alimentos mais nutritivos e saborosos. A natureza é que sabe, e estupidificar os animais é estupidificar a natureza e estupidificarmo-nos também. (p.194)

“Palladin nunca se deixou convencer pela mania da pecuária com engorda por cereais, não porque fosse inumana ou destrutiva para o ambiente, mas porque nunca produziu nada que fosse verdadeiramente bom para comer.” (p.118).

Produtos realmente saborosos como o *jamón ibérico* ou o *foie-gras* ecológico de Sousa “representam aquilo que é possível alcançar quando as dádivas da natureza são filtradas pela tradição culinária. (...) [esses produtos] dependem de um ofício simples, trabalhado e aplicado. E por vezes, com sorte, transcendem o ofício. Tornam-se maiores do que a soma das partes. (...) Uma receita ou uma refeição podem estimular a nossa própria consciência – sobre os animais que comemos, sobre o sistema que está na base da dieta desses animais e sobre o tipo de cozinha que um chef deve criar para apoiar esse sistema.” (p.198)

- **Parte III – Mar – O coração não é uma bomba** debruça-se sobre os problemas do mar e das pescas (que têm a ver não só com o que extraímos dele, mas também com o que nele despejamos), centrando-se em experiências de sustentabilidade como a de Ángel León, o cozinheiro espanhol que faz pão a partir de fitoplâncton cultivado com a ajuda de cientistas numa espécie de horta marinha ou usa uma pasta de olhos de peixe para engrossar molhos (p.225). Para ele, cozinhar é inovar e investigar e descobrir o que fazer com os resultados dessa investigação, e não se importa de comprar peixe que outros descartariam por estar menos perfeito, porque preza o trabalho do pescador: “Não é essa a arte do chef? Transformar coisas menos usáveis em algo delicioso?” (p.226) “Eu sou mais pró-pescador do que pró-peixe.” (p.228), diz León.

O princípio orientador de Ángel vem de ter assistido ao sofrimento dos pescadores ao terem de devolver ao mar o peixe que sabem que não vão conseguir vender. Nós só estamos dispostos a comer os peixes que conhecemos (20 espécies) e Ángel León tenta mudar isso. (p.228) “Comer

no Aponiente [o restaurante de Léon] *significa uma espécie de rendição ao mar*” do mesmo modo que Barber gostaria que comer no Blue Hill fosse *“uma rendição àquilo que a paisagem pode fornecer.”* (p.229)

Barber fala ainda da experiência de aquacultura sustentável de Veta la Palma, no sul de Espanha, nas margens do parque Doñana (p.238). Embora os *chefs* usem peixe de aquacultura, não o apreciam particularmente *“pela mesma razão que a maioria dos músicos não falam das maravilhas dos efeitos de som gerados por computador.”* (p.236) Mas Veta la Palma é diferente: *“É uma coevolução entre a natureza e a capacidade produtiva da exploração. (...) Estamos nisto juntos. A resposta da natureza foi mais forte do que esperávamos e somos bons parceiros.”* (p.241), diz Miguel Medialdea, biólogo de Veta la Palma e *“um especialista em relações”* (p.244) *“É um sistema artificial saudável. Sim, artificial. Mas hoje em dia, o que é que é natural?”* (p.243). Um sistema que leva o dobro do tempo para criar um robalo e mantém uma produção baixa, sem ultrapassar os limites do ecossistema: *“a qualidade das relações importa mais do que a quantidade da captura.”* (p.245)

*“Não conseguimos ver 90 por cento do que se passa entre as espécies em Veta la Palma. (...) Mas tenho a certeza absoluta de que todas elas são aliadas do sistema.”* diz ainda Medialdea.

Só explorações (sejam agropecuárias ou de aquacultura) bem geridas e sustentáveis produzem alimentos saborosos, razão pela qual todo o gastrónomo tem de ser também um ambientalista. E cada exploração está ligada a um ecossistema maior.

Ou seja, o coração não é uma bomba, porque é a circulação que o faz bater e não o contrário: *“O coração não bombeia o sangue. O sangue bombeia o coração.”* O coração limita-se a escutar, *“funciona como um maestro, controlando o ritmo da gestão celular.”* (p.267) Como a bomba

que gere as águas de Veta la Palma: *“a estação está programada para reagir e não para controlar o fluxo de água. E a diferença não é pequena.”* É *“a tecnologia a trabalhar, lado a lado, com a ecologia.”* Uma abordagem menos mecanicista à ciência – mais parecida com a vida do que com uma máquina (p.267).

*“O que se tornou claro para mim, depois de passar tanto tempo com produtores como Miguel, Klaas ou Eduardo, foi que fazer agricultura com as frustrantes complexidades da natureza – e até, ou especialmente, com os supostos inimigos do sistema – é inerente ao seu sucesso. É verdade que os seus sistemas são ‘artificiais’ (o estuário regulado por uma bomba de água de Veta la Palma, as intrincadas rotações culturais de Klaas, a dehesa feita pelo homem, de Eduardo), mas em todos estes casos a intervenção humana está ao serviço da ecologia em vez de em oposição a ela. Todos eles acolhem a diversidade do mundo natural, trabalhando com as restrições da natureza, acabando, no final, por beneficiar delas, através da produção de alimentos com grande sabor.”* (p.269) Todos eles, e também os *chefs* referidos, oferecem uma alternativa através de um processo de consciencialização: *“Uma refeição nas mãos de um chef como Ángel não é apenas uma obra de arte; pode ser também um rastilho para desencadear a mudança do sistema alimentar.”* (p.305)

- **Parte IV – Semente – Um plano para o futuro**, onde Barber fala do papel que a influência de todos estes produtores, inovadores, descobridores pode representar na reinvenção do sistema alimentar. Para ele, a solução não é haver apenas agricultura biológica e mercados locais de produtores ou apenas grandes explorações e grandes agronegócios. A solução passa por uma *“agricultura do meio”* (p.329) de explorações de dimensão média, demasiado grandes para venderem em mercados locais, mas talvez também demasiado pequenas para integrarem o megassistema de distribuição alimentar. (p.330) Nos EUA, a ten-

dência não é essa, mas a contrária: a consolidação das explorações médias em explorações de dimensão maior, com uma tendência crescente de especialização da produção.

*“Um sistema alimentar sustentável é mais do que um conjunto de práticas agrícolas, como a dehesa e Veta la Palma demonstram, e mais do que uma atitude em relação à produção e ao consumo de alimentos, embora ambos estes aspectos sejam essenciais. É também uma cultura, e ainda que possamos idealizar os pequenos agricultores pelo seu vigoroso individualismo, enquanto agentes de mudança o seu poder é limitado.”* (p.330)

As explorações, como a de Klaas Martens, que para além de garantirem a sua própria sustentabilidade, “*criam também uma espécie de tecido social*” (p.331), uma rede de apoio e aconselhamento aos outros agricultores “*um lugar onde desabafar frustrações, trocar ideias e escapar ao isolamento da vida rural*” terão um papel fundamental na criação de “*toda uma comunidade de agricultores com a mesma visão.*”

Nos Agradecimentos, Barber não esquece a graça de uma curiosidade insaciável, a importância de um negócio de família e também a sorte de ter encontrado tanta gente interessante que lhe abriu tantas portas.

Este é um livro que nos diz que para chegarmos onde queremos chegar – obter de forma sustentável, em quantidade e qualidade, alimentos nutritivos, saudáveis e saborosos -, temos de incluir na equação os que comem, ou seja, cada um de nós; os que cozinham, cada um de nós e os cozinheiros nos restaurantes; os que produzem (agricultores, pescadores, industriais da alimentação); e os que descobrem (investigadores e criadores – propagadores de plantas ou reprodutores de animais). Para além das ideias que contém, este é também um livro de um excelente contador de histórias, cuja leitura é um enorme prazer.

### Outras fontes:

Entrevista a Gustavo Simon, *Folha de São Paulo*, 4 nov 2015: <http://www1.folha.uol.com.br/comida/2015/11/1701340-o-sistema-alimentar-esta-falindo-diz-chef-em-livro-sobre-futuro-da-comida.shtml>

Chicago Ideas, *Dan Barber: The Third Plate*, 28 jan 2015: <https://www.youtube.com/watch?v=B-uR69bJ8Lg>

Food Farmer Earth, *The Third Plate: An Interview With Dan Barber*, 24 jun 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=D6s-JuiGv7k>

92YPlus, *Dan Barber with Ira Glass: Beyond Farm-to-Table – A New Food Revolution*, 12 jun 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=w0nak0fsQIM>



# Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa

Sangue na Guelra

## Referência

**AUTORES:** Henrique Sá Pessoa, José Avillez, Alexandre Silva, João Rodrigues, Milton Anes, Kiko Martins, Hugo Nascimento, Pedro Pena Bastos, Tiago Bonito, Luís Barradas, Leandro Carreira, Hugo Brito, Manuel Maldonado, Tiago Feio, Rodrigo Castelo, David Jesus e Carlos Fernandes

**EDITOR:** Sangue na guelra

**TIPO DE DOCUMENTO:** Manifesto apresentado no III Simpósio Sangue na Guelra “Cozinha Portuguesa. E agora?”

**LOCALIZAÇÃO DO DOCUMENTO:** <http://sanguenaguelra.pt/manifesto/>

**IDIOMA:** Português

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 1

**DATA/ANO DA EDIÇÃO:** 5 de maio de 2017

Cinco anos de Sangue na Guelra. Dezenas de horas de conversas com gastrónomos, produtores, investidores, equipas de sala e cozinheiros, entre nomes firmados e estrelas em ascensão da imparável cena gastronómica portuguesa e internacional. Entre experiências, partilhas, interrogações, uma certeza: a cozinha tradicional portuguesa é rica e íntegra, e o levantamento do seu receituário é exaustivo. Recorrentemente, surge a questão: E agora? Que cozinha vamos fazer?

Destes cinco anos inesquecíveis, retemos, em primeiro lugar, a vontade, tantas vezes expressa pelos nossos convidados, de mais partilha, união e trabalho conjunto nas cozinhas, nas regiões, no país. Por isso, desafiar alguns dos mais brilhantes e cria-

tivos *chefs* portugueses a trabalharem juntos temas emblemáticos da nossa gastronomia para apresentarem neste simpósio foi uma consequência natural do processo. E o entusiasmo com que todos eles abraçaram o desafio confirmou a pertinência da ideia.

Mas quisemos ir ainda mais longe.

Porque achamos que faz todo o sentido incentivar a união de toda a comunidade gastronómica (*chefs*, produtores, investidores, gastrónomos, jornalistas, investigadores, artistas, consumidores) em torno da cozinha portuguesa. Porque acreditamos que todos os portugueses têm direito a uma alimentação informada, responsável e de qualidade,

e que nos compete, a todos, partilhar conhecimentos, proteger tradições e incentivar mudanças que promovam este objetivo comum.

Deste movimento, deste intenso debate, promovido também por muitos outros ao longo dos últimos anos, nasceu o Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa – ou Manifesto 0.0. Zero de origem; zero, um número que não vale sozinho, que aguarda pelos outros... É um documento que pretende definir denominadores comuns de uma cozinha que fala muitas línguas, porque está viva e, desde sempre, aberta ao mundo, mas que não perde de vista a sua identidade. É este o Manifesto que o convidamos a ler e, se se revir nestes princípios, subscrever. No entanto, subscrever este documento significa assumir um compromisso e, nas nossas casas, escolas, cozinhas, serviços, associações, enfim, na nossa comunidade, lutar pela sua materialização!

### **Manifesto para o Futuro da Cozinha Portuguesa**

1. Temos orgulho no nosso país, na nossa tradição gastronómica e reconhecemos a riqueza da identidade da cozinha portuguesa!
2. A nossa identidade gastronómica é a nossa origem, o que nos funda como cozinheiros(as) – é o reflexo do nosso território mas também dos povos e culturas que a influenciam desde séculos aos dias de hoje, contribuindo para a sua riqueza e diversidade.
3. Promovemos a liberdade para criar e para explorar novos caminhos, novos pratos, novos sabores.
4. Defendemos que o ato de cozinhar não se esgota na procura do bom sabor. A cozinha é cerebral, interventiva, criativa, subversiva.
5. A criatividade não pode ser um fim em si mesma; deve ser consciente e informada e exprimir um contributo novo para a nossa cozinha.
6. Usamos a técnica para potenciar a linguagem individual de cada um de nós enquanto cozinheiro(a), no respeito por uma filosofia alimentar sustentável e de valorização da identidade gastronómica nacional.
7. Respeitamos a sazonalidade dos produtos e os ciclos biodinâmicos da Natureza.
8. Incentivamos o consumo responsável e sustentável dos produtos e das espécies animais, da terra e do mar.
9. Reclamamos o direito de todas as crianças conhecerem a identidade da nossa cozinha, aprenderem a cozinhar comida saborosa, saudável e de qualidade: tão importante como aprender a ler e a escrever!
10. Reconhecemos o valor dos pequenos produtores, os produtos autóctones e produzidos localmente, fomentando a sustentabilidade dos modos de produção e procurando recuperar produtos esquecidos e diferenciadores do nosso território.
11. Desafiamos todos os cozinheiros, consumidores, produtores, fornecedores, empresários do sector, jornalistas, investigadores, críticos, artistas, pensadores, a assumirem-se como agentes de mudança e de promoção da cozinha portuguesa!

# Património gastronómico europeu: aspetos culturais e educativos

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)

## Referência

**RELATOR:** Santiago Fisas Ayxela

**TÍTULO:** Relatório do Parlamento Europeu sobre o património gastronómico europeu: aspetos culturais e educativos

**EDITOR:** Parlamento Europeu / Comissão da Cultura e Educação

**TIPO DE DOCUMENTO:** Relatório do Parlamento Europeu (PE)

**LOCALIZAÇÃO DO DOCUMENTO:** <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2014-0127+0+DOC+XML+V0//PT>

**IDIOMA:** Português

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 15

**DATA DE EDIÇÃO:** 18 fev 2014

**Palavras-chave:** gastronomia europeia, riqueza cultural/económica, Dieta Mediterrânica, padrão alimentar equilibrado/saudável, educação nutricional nas escolas

## Sinopse

Proposta de resolução do PE, subjacente à importância da gastronomia no contexto do património cultural europeu e de cada Estado-Membro (EM). Realça a sua diversificação e elevada qualidade, aludindo a ligação intrínseca à agricultura das diferentes regiões europeias e aos seus produtos locais,

e sublinhando o seu impacto na vertente cultural/económica para as regiões da UE. Destaca a importância do reconhecimento da Dieta Mediterrânica como Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO, ao apresentar um padrão alimentar e estilo de vida equilibrados/saudáveis, relacionados com a prevenção de doenças crónicas e a promoção da saúde (âmbito escolar e familiar).

Nesse sentido, identifica e sugere/solicita aos EM um conjunto de iniciativas/medidas de âmbito cultural e educativo, visando preservar o património gastronómico europeu e consolidar, entre os alu-

nos, um estilo de vida saudável, baseado numa dieta equilibrada (conclui sobre a importância de que a UE desenvolva políticas de educação em alimentação e gastronomia).

## Resumo

### 1. Principais considerandos na base da proposta

#### 1.1. Aspectos educativos

- Condicionamento do estado de saúde e bem-estar da população pelo tipo de alimentação, ambiente e, por conseguinte, pelo tipo de agricultura, pesca e pecuária;
- Assunção pela OMS que os centros educativos são espaço primordial para a aquisição de conhecimentos teóricos e práticos sobre saúde, nutrição, alimentação e gastronomia;
- Consequências dramáticas que a má alimentação pode ter e importância de combater a obesidade e a má alimentação (na origem da epidemia de doenças não transmissíveis como afeções cardiovasculares, diabetes ou cancro);
- Papel da infância como período determinante para ensinar comportamentos saudáveis e que levem a adotar um estilo de vida saudável, e da escola enquanto lugar privilegiado para desenvolver comportamentos saudáveis a longo prazo nas novas gerações;
- Reconhecimento da Dieta Mediterrânica como Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO, o que equivale a fomentar e estabelecer padrões de comportamento destinados a garantir um estilo de vida saudável, partindo de uma perspectiva transversal (aspectos educativos, alimentares, escolares, familiares, nutricionais, territoriais, paisagísticos, etc.);
- Importância de assegurar nas cantinas escolares uma alimentação de qualidade e equilibrada, considerando que a educação no seu sentido

mais transversal, também no âmbito alimentar, serve para consolidar, entre os alunos, um estilo de vida saudável, baseado numa dieta equilibrada;

- Assunção de que uma verdadeira educação nutricional sensibiliza os cidadãos para a correlação entre os géneros alimentícios, a sustentabilidade alimentar e o estado de saúde do planeta.

#### 1.2. Aspectos culturais

- A gastronomia como um conjunto de conhecimentos, experiências, artes e artesanato que permitem comer de forma saudável e com prazer;
- A gastronomia como um elemento essencial do património cultural europeu e dos EM, fazendo parte da sua identidade;
- Identificação, defesa e proteção internacional por parte da UE, das IG, DO e ETs de produtos agroalimentares;
- Ligação da gastronomia à agricultura das diferentes regiões da UE e seus produtos locais;
- A gastronomia como uma das manifestações culturais mais importantes do ser humano;
- Impacto negativo que a gastronomia pode sofrer com a invasão de alimentos e alimentação normalizados à escala mundial;
- Identificação da gastronomia com diferentes aspectos da alimentação, encerrando três pilares fundamentais: saúde, hábitos alimentares e prazer;
- Importância do reconhecimento da Dieta Mediterrânica como Património Cultural Imaterial por parte da UNESCO para reunir um conjunto de conhecimentos, competências, práticas, rituais, tradições e símbolos relacionados com o cultivo e as colheitas agrícolas, a pesca e a criação de animais e também como forma de conservar, transformar, cozinhar, distribuir e consumir alimentos;
- Conversão da gastronomia num dos principais chamarizes em matéria de turismo e efeito muito



positivo que a interação turismo/gastronomia/nutrição tem na promoção turística;

- Importância de transmitir às gerações futuras a riqueza gastronómica da sua região e também da gastronomia europeia;
- Contributo da gastronomia para promoção do património das diferentes regiões;
- Importância de promover produções locais e regionais a fim de, por um lado, preservar o património gastronómico e, por outro, garantir a remuneração justa dos produtores e o acesso do maior número possível de pessoas aos seus produtos;
- A gastronomia como fonte de riqueza cultural e também económica para as regiões da UE;
- Importância do facto de o património europeu ser constituído por um conjunto de elementos materiais e imateriais que, no caso da gastronomia e alimentação, incluem a zona e a paisagem de onde provêm os produtos para consumo;
- Importância do facto de a sustentabilidade, diversidade e riqueza cultural da gastronomia europeia assentarem na existência de produtos locais de elevada qualidade.

## 2. Abordagem sugerida aos EM (principais iniciativas/medidas)

### 2.1. Vertente educativa

- Inclusão na educação escolar de conhecimentos e experiências sensoriais em matéria de alimentação, saúde nutricional e hábitos alimentares;
- Ligação entre educação e hábitos alimentares saudáveis e combate a estereótipos que podem provocar distúrbios alimentares e psicológicos graves como anorexia ou bulimia;
- Enriquecimento do currículo escolar/programas educativos com informações sobre cultura gastronómica (nomeadamente a nível local), processos de preparação, produção, conservação

e distribuição dos alimentos, suas influências socioculturais e direitos do consumidor;

- Necessidade de que a escola eduque e ensine em matéria de nutrição e alimentação adequada, saudável e agradável;
- Importância de assinalar que os hábitos alimentares durante infância podem influenciar as preferências e a escolha de alimentos, bem como o modo de cozinhá-los e consumi-los, na idade adulta. A infância é momento decisivo para educar o paladar e a escola constitui um importante local para dar a conhecer aos alunos a diversidade de produtos e gastronomia;
- Recordação do impulso dado pelo reconhecimento da Dieta Mediterrânica e da Gastronomia Francesa como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO, dando origem à criação de instituições e organismos que promovem o conhecimento, a prática e a transmissão de valores relativos a hábitos de uma dieta alimentar equilibrada e saudável.

### 2.2. Vertente cultural

- Sensibilização para a diversidade e qualidade das regiões, paisagens e produtos que são a base da gastronomia europeia, que forma parte do nosso património cultural e encerra também um estilo de vida próprio, reconhecido internacionalmente;
- A gastronomia é uma ferramenta que pode ser utilizada para promover o crescimento e o emprego num vasto leque de setores económicos, incluindo indústrias como a restauração, o turismo, a indústria agroalimentar, ou a investigação;
- Importância da gastronomia na promoção do setor da hotelaria e restauração na UE e vice-versa;
- A gastronomia constitui uma exportação cultural sólida para UE e para os EM a nível individual;
- Apoio a iniciativas no âmbito do agroturismo que promovam a divulgação do património cultural

e paisagístico, proporcionem apoio regional e fomentem o desenvolvimento rural;

- Desenvolvimento de aspetos culturais da gastronomia e fomento de hábitos alimentares que preservem a saúde dos consumidores, reforcem o intercâmbio e a partilha de culturas e promovam as regiões, mantendo, ao mesmo tempo, o prazer que implica o ato de comer, o convívio e a sociabilidade;
- Incentivo à Comissão Europeia, ao Conselho e aos EM a integrarem, nas suas reflexões sobre políticas alimentares, a importância de apoiar uma produção alimentar europeia sustentável, variada, de qualidade e em quantidade suficiente, a fim de apoiar a diversidade culinária europeia;
- Incentivo a iniciativas dos EM que possam encorajar a promoção e preservação de todos os territórios, paisagens e produtos que fazem parte do património gastronómico local;
- Valorização da gastronomia local e dietética no setor da restauração escolar e coletiva em colaboração com os produtores locais, a fim de preservar e valorizar o património gastronómico regional, estimular a agricultura local e reforçar os circuitos curtos;
- Adoção de medidas para preservar o património gastronómico europeu, nomeadamente protegendo o património arquitetónico dos mercados tradicionais de produtos alimentares, as adegas ou outras instalações e também os utensílios e maquinarias relacionados com a alimentação e a gastronomia.

# Projeto para um Turismo Gastronómico Sustentável

Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)

## Referência

**TÍTULO:** MEDFEST – Experiências de património gastronómico: como criar destinos de turismo gastronómico sustentável

**TIPO DE DOCUMENTO:** Ficha de projeto

**LOCALIZAÇÃO DO DOCUMENTO:** <http://www.in-loco.pt/pt/projectos/20161212/medfest-experiencias-de-patrimonio-gastronomico-como-criar-destinos-de-turismo/> ;  
<https://interreg-med.eu/>

**IDIOMA:** Português

**ANO DA EDIÇÃO:** 2016

## Resumo:

**Palavras-chave:** Património cultural gastronómico, crescimento sustentável, turismo sustentável.

## 1. Enquadramento

O Programa INTERREG MED 2014-2020, enquanto Programa de Cooperação Europeu transnacional, integra iniciativas conjuntas de 13 países membros.

No período 2014-2020, o Programa promove o crescimento sustentável na área do Mediterrâneo, mediante o desenvolvimento de conceitos e práticas inovadoras e do uso razoável dos recursos, e do apoio à integração através de uma abordagem

de cooperação de base integrada e territorial. Neste âmbito, é promovida a cooperação entre diversos atores dos países do Mediterrâneo, tendo por objetivo central a otimização dos resultados alcançados, assim como a facilitação de novos quadros de cooperação para todos os parceiros da área da cooperação do Programa.

Os princípios base estabelecidos no Programa INTERREG MED 2014-2020 – concentração temática, orientação para resultados, transnacionalidade, relevância territorial, sustentabilidade, transferibilidade e capitalização – são coerentes com a promoção do desenvolvimento, da boa governança e com a Política de Coesão da União Europeia.

O Programa INTERREG MED 2014-2020 integra 4 eixos prioritários, tendo sido aprovado em 2016 no âmbito do eixo 3 – Recursos Naturais e Culturais – referente à proteção e promoção dos recursos naturais e culturais do Mediterrâneo, o projeto MEDFEST.

## 2. Projeto MEDFEST

O projeto MEDFEST, com um orçamento total de 2,21 milhões de euros no âmbito do programa INTERREG, mobiliza uma parceria internacional durante três anos, tendo por objetivo geral a criação ou melhoria, no espaço mediterrânico, das estratégias existentes para o desenvolvimento do turismo gastronómico sustentável de pequena escala e o incentivo a experiências culinárias sustentáveis, visando a sustentabilidade das atividades turísticas e a valorização do património cultural gastronómico.

A parceria nuclear do MEDFEST é constituída por entidades de oito países – Eslovénia (chefe de fila), Portugal, Espanha, França, Grécia, Croácia, Itália e Chipre, às quais se juntam outros parceiros associados<sup>1</sup>, tendo por objetivo a criação de oito destinos de turismo gastronómico sustentável na Europa, para enfrentar o desafio da sazonalidade e da diversidade dos destinos turísticos tradicionais, com produtos novos e sustentáveis, baseados na herança culinária do Mediterrâneo e ligando os espaços costeiros com o interior rural.

<sup>1</sup> Research Centre of the Slovenian academy of Sciences and Arts; *In Loco* Association; University of Barcelona; Purpan Engineering School; Technical Institute of Heraklion Chamber of Commerce and Industry; AZRRI – Agency for Rural Development of Istria; Rural Development Association; Troodos Network Thematic Centers; Slovenian Tourist Board; Council for Agricultural Research and Economics; Chamber of Crafts and Trades of Istrian Region; Alicia Foundation, Food & Science; RTA – Algarve Tourism Board; University of Algarve, International Center for Advanced Mediterranean Agronomic Studies – Mediterranean Agronomic Institute of Montpellier; Center for Geotourism Troodos; Southeast Skane Committee of Cooperation; Technological Educational Institute of Crete; Foundation for Research and Technology.

## Objetivos específicos

- Encontrar vínculos entre o património alimentar e culinário e o turismo sustentável;
- Diversificar a oferta turística existente nas zonas litorais, estabelecer relações de complementaridade com áreas rurais e qualificar a oferta turística na época baixa;
- Promover as experiências culinárias mediterrânicas e salvaguardá-las como parte do património europeu comum;
- Sensibilizar e educar as comunidades locais, decisores políticos e os operadores turísticos do espaço MED sobre o património culinário.

## Atividades

Em Portugal, o destino de turismo gastronómico sustentável tem como tema a Dieta Mediterrânica, reconhecida como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO e cujo regime alimentar associado é classificado como sendo de excelência pela Organização Mundial da Saúde (OMS). A nível nacional o projeto é coordenado pela Associação *In Loco*<sup>2</sup>, com a participação ativa de um leque alargado de parceiros, visando a consolidação da estratégia de salvaguarda da Dieta Mediterrânica e o envolvimento direto da Rota da Dieta Mediterrânica<sup>3</sup>.

A primeira fase do MEDFEST consistiu em estudar e decidir os projetos-piloto a dinamizar por cada país, que poderiam incidir sobre localidades ou zonas mais pequenas ou em espaços geográficos mais amplos, como é o caso de Portugal, com o conceito de transversalidade da Dieta Mediterrânica.

<sup>2</sup> [www.in-loco.pt](http://www.in-loco.pt)

<sup>3</sup> Comunidade de empresas e entidades unidas pela valorização económica e cultural da Dieta Mediterrânica. [www.rdm.pt](http://www.rdm.pt)

## Resultados a obter

- Definição de uma estratégia transnacional de criação e inclusão de experiências culinárias MED na oferta turística existente;
- Definição de um conjunto de metodologias e critérios para determinar experiências culinárias tradicionais MED como destinos turísticos sustentáveis;
- Criação de uma *web-geodatabase* detalhada de experiências culinárias sustentáveis MED já existentes;
- Estudo sobre as “boas práticas” no turismo culinário MED e os fatores que influenciam o seu sucesso e sustentabilidade;
- Implementação da estratégia em 8 áreas-piloto: conceção de produtos turísticos sustentáveis e responsáveis, com base nas experiências culinárias mediterrânicas;
- Criação de ferramentas para análise qualitativa de práticas de herança culinária bem-sucedidas;
- Formação e capacitação dos agentes e das comunidades locais sobre o património culinário mediterrânico;
- Integração de resultados alcançados nas áreas-piloto em políticas públicas, nas redes existentes e em empreendimentos privados.

## Comentários

A gastronomia, enquanto forma de expressão da cultura e do território, promove a dinamização da cooperação entre operadores locais e a relação entre desenvolvimento territorial e turismo sustentável, podendo alavancar a ligação entre os produtos locais, a agricultura, a paisagem, o clima, a cultura e a sociedade. Em Portugal, essa ligação é evidente, tendo a gastronomia portuguesa elevada riqueza e identidade cultural.

Sendo a sustentabilidade um dos objetivos estruturais do projeto, existe todo o interesse em utilizar produtos que possam não ser conhecidos atualmente e transformá-los em produtos que sejam procurados ao longo do ano e por diferentes tipologias de clientes.

Apesar de o foco principal do MEDFEST ser a gastronomia tradicional, nomeadamente a que faça parte da Dieta Mediterrânica, a cozinha de autor também deve ser incluída, dado que pode traduzir igualmente os valores culturais dos territórios, oferecendo experiências gastronómicas. A inspiração nos recursos e nas espécies tradicionais pode ser indutora do desenvolvimento de comunidades de produtores, de forma a assegurar nomeadamente a qualidade das matérias-primas e a garantia da sua disponibilização.





## NOTA DE APRESENTAÇÃO

A *CULTIVAR* é uma publicação de cadernos de análise e prospetiva, sob a responsabilidade editorial do GPP – Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral. A publicação pretende contribuir, de forma continuada, para a constituição de um repositório de informação sistematizada relacionada com áreas nucleares suscetíveis de apoiar a definição de futuras estratégias de desenvolvimento e preparação de instrumentos de política pública.

A *CULTIVAR* desenvolve-se a partir de três linhas de conteúdos:

- «**Grandes Tendências**» integra artigos de análise de fundo realizados por especialistas, atores relevantes e parceiros sociais, convidados pelo GPP.
- «**Observatório**» pretende ser um espaço para reunir, tratar e disponibilizar um acervo de informação e dados estatísticos de reconhecido interesse, mas que não estão diretamente acessíveis ao grande público.
- «**Assuntos Bilaterais e Multilaterais**» destina-se a acolher a divulgação de documentos de organizações, nomeadamente aqueles a que o GPP tem acesso nos diversos fora nacionais e internacionais.

### Edições publicadas:

- CULTIVAR N.º 1 – Volatilidade dos mercados agrícolas
- CULTIVAR N.º 2 – Solo
- CULTIVAR N.º 3 – Alimentação sustentável e saudável
- CULTIVAR N.º 4 – Tecnologia
- CULTIVAR N.º 5 – Economia da água
- CULTIVAR N.º 6 – Comércio internacional
- CULTIVAR N.º 7 – O risco na atividade económica
- CULTIVAR N.º 8 – Biodiversidade
- CULTIVAR N.º 9 – Gastronomia

