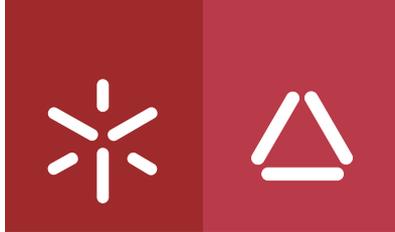


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Paulo Alexandre Costa Dias

**A Gastronomia e os seus Contributos para o  
Desenvolvimento do Turismo em Montalegre**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Paulo Alexandre Costa Dias

**A Gastronomia e os seus Contributos para o  
Desenvolvimento do Turismo em Montalegre**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Património e Turismo Cultural

Trabalho realizado sob a orientação do  
**Professor Doutor Luís Ferreira**

Janeiro de 2013

## DECLARAÇÃO

**Nome:** Paulo Alexandre Costa Dias

**Endereço electrónico:** Russo\_aad@hotmail.com

**Telefone:** 936514423

**N.º do Bilhete de Identidade:** 12620279

**Título da dissertação:** A Gastronomia e os seus Contributos para o Desenvolvimento do Turismo em Montalegre

**Mestrado:** Mestrado em Património e Turismo Cultural

**Orientadores:** Professor Doutor Luís Ferreira

**Ano de conclusão:** 2013

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA TESE/TRABALHO

Universidade do Minho, \_\_\_\_/ \_\_\_\_/ 2013.

Assinatura: \_\_\_\_\_

## **Agradecimentos**

Quero agradecer aos habitantes de Barroso e, em especial, os meus inquiridos que, muito amavelmente, me prestaram informações fundamentais para a concretização deste tema de investigação. Neste contexto, refiro também o papel de destaque do Ecomuseu de Barroso, que me forneceu fontes documentais, nomeadamente registos visuais e escritos sobre a temática em questão.

Quero agradecer igualmente os meus pais e familiares pelo apoio moral e logístico em todos os momentos do mestrado.

Por fim, quero agradecer aos meus colegas de mestrado e amigos, que sempre me incentivaram e apoiaram em todos os momentos da investigação da tese; e, sobretudo, ao meu orientador que foi incansável nas diversas reuniões de trabalho.



## **Resumo**

Atualmente o sucesso da atividade turística está, inevitavelmente, associado às particularidades históricas e geográficas do património cultural e natural. A gastronomia é um desses elementos patrimoniais e assume-se como um dos principais marcos identitários da cultura de uma determinada sociedade. Trata-se, sem dúvida, de um fator de diferenciação cultural, pois a sua identidade é também comunicada às pessoas através do alimento e das práticas culturais que a ele se associam.

Objetivamente, esta pesquisa visa evidenciar a importância da gastronomia no desenvolvimento sustentável do concelho de Montalegre e apontar algumas sugestões de melhoria que visem o reforço do seu potencial turístico.

Em termos de pesquisa, as técnicas para o levantamento das informações privilegiaram o método de trabalho de campo. No entanto, a investigação bibliográfica de autores especializados no assunto; a realização de entrevistas, de inquéritos, de conversas informais; o diário de campo e a observação participante foram ferramentas de investigação aplicadas aos turistas/visitantes, à população local e aos proprietários da restauração local.

Em suma, a gastronomia de um local sinaliza-se cada vez mais como meio de promoção de um destino turístico, aumentando a oferta turística através da sua agregação ao turismo cultural. De resto, é vista como sendo muito mais que uma simples arte de culinária, já que se constitui como um importante veículo da cultura popular, expressando a forma como vivem os habitantes de cada região em determinada época.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável, Gastronomia, Património Cultural e Natural, Receitas Gastronómicas, Turismo Rural.



## **Abstract**

Nowadays the success of tourism and its activity is associated to the historical and geographical particularities of the natural and cultural heritage. The gastronomy is one of those heritage elements and is considered one of the major identity marks of a certain society. It is a cultural differentiating factor, because its identity is also communicated to the people by the food and the cultural practices associated with it.

Objectively, this research aims to highlight the importance of the food in the sustainable development of Montalegre village, and also suggest an improvement with the objective to reinforce the touristic power.

In terms of research, the techniques for gathering information were bibliographic investigation of expert authors on the subject and research in the fieldwork. However, research literature from expert authors on the subject, conducting interviews, surveys, informal conversations, field diary and participant observation were research tools applied to tourists/visitors, local people and owners of local restoration.

The gastronomy of a place is more and more the way to promote that place as a touristic destination, increasing the volume of tourists through this particular cultural heritage. Moreover, it is seen as being much more than a simple art of cooking because it is an important way to transmit the popular heritage showing the way that the citizens lived in a specific region in a specific time.

**Keywords:** Sustainable Development, Gastronomy, Food Recipes, Natural and Cultural Patrimony.



## Índice

Agradecimentos.....	iii
Resumo .....	v
Abstract .....	vii
Índice.....	vxii
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Tabelas .....	xxiv
Abreviaturas .....	xv
CAPÍTULO I.....	1
1. Introdução.....	3
1.1. Hipótese e Justificação da Escolha do Tema .....	5
1.2. Metodologia.....	6
1.3. Estrutura do Trabalho .....	7
CAPÍTULO II.....	9
2. Enquadramento Teórico .....	11
2.1. Turismo Cultural.....	11
2.2. Considerações Históricas sobre as Práticas Gastronómicas.....	12
2.3. Efeitos da Globalização na Identidade Gastronómica .....	14
2.4. Alimentação e Religião.....	16
CAPÍTULO III.....	19
3. Contextualização Geral do Concelho de Montalegre.....	21
3.1. Caraterização do Concelho de Montalegre.....	21
3.2. Caracterização do Sector Turístico em Montalegre .....	23
3.3. Estrangulamentos e Potencialidades Turísticas.....	24
3.4. Alojamento e Restauração .....	26
3.5. O Património Histórico mais Relevante.....	29
3.5.1. Património e Pontos de Interesse .....	30
3.5.2. Património Etnográfico e Comunitário.....	30
3.5.3. Locais de Interesse Paisagístico e Ecológico .....	30

3.5.4. Feiras, Festas Actividades Recreativas e de Lazer .....	31
Capitulo IV.....	33
4. Turismo Gastronómico .....	35
4.1. O Turismo e a Gastronomia .....	35
4.2. Atividades de Ocupação Turística .....	38
4.3. O Contributo do Plano de Marketing.....	40
CAPÍTULO V.....	47
5. A Cultura Gastronómica de Barroso .....	49
5.1. Gastronomia Oficializada como Património Cultural.....	49
5.2. A Gastronomia Barrosã.....	50
5.3. A Raça Autóctone – Barrosã .....	52
5.4. Aspetos Sociais e Históricos.....	53
5.5. Produtos Gastronómicos do Barroso .....	56
5.6. Receitas Gastronómicas Tradicionais de Montalegre.....	58
5.6.1. Entrudo e Ciclo da Páscoa .....	59
5.6.2. Sábado “filhoeiro” .....	62
5.6.3. Almoço de Quaresma (jejum) .....	63
5.6.4. Páscoa .....	64
5.6.5. Dia da Malhada .....	70
5.6.6. Mata-bicho.....	72
5.6.7. Merenda.....	73
5.6.8. Ceia de Natal.....	74
5.6.9. Matança dos Porcos .....	75
5.6.10. Jantar (antiga ceia) .....	82
CAPÍTULO VI.....	85
6. Análise dos Dados dos Inquiridos .....	87
6.1. Preferências Gastronómicas dos Turistas/Visitantes Nacionais .....	88
6.2. Preferências Gastronómicas dos Turistas/Visitantes Internacionais.....	89
6.3. Aquisição de produtos .....	90
6.4. Motivos da Deslocação a Montalegre.....	93
6.5. Turistas e visitantes de Montalegre no ano de 2011 .....	94

6.6. Local de Origem dos visitantes/turistas Portugueses .....	94
6.7. Idiomas Estrangeiros Dominados pelos Trabalhadores dos Restaurantes .....	95
6.8. Promoção dos Restaurantes .....	95
6.9. Relação com outros Restaurantes .....	96
CAPÍTULO VII .....	99
7. Proposta de Intervenção, Considerações Finais e Conclusão .....	101
7.1. Proposta de Intervenção .....	101
7.1.1. Museu de Gastronomia do Barroso .....	101
7.1.2. Site de Gastronomia de Barroso .....	102
7.1.3. Roteiros Gastronómicos no Barroso.....	103
7.2. Considerações Finais.....	104
7.3. Conclusão .....	107
8. Bibliografia .....	111
ANEXOS .....	113
Anexo 1: Inquérito Gastronomia ao serviço do turismo local.....	115
Anexo 2: Entrevista Proprietários dos restaurantes .....	119

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Preferências gastronómicas dos Turistas/ Visitantes Nacionais.....	88
Gráfico 2 - Preferências Gastronómicas dos Turistas/ Visitantes Internacionais.....	89
Gráfico 3 - Restaurantes e Aquisição dos Produtos .....	90
Gráfico 4 - Proveniência do Vinho “da Casa” Tinto .....	91
Gráfico 5 - Motivações da Deslocação a Montalegre .....	93
Gráfico 6 - Visitantes de Montalegre Registados nos Polos e Sedes do Ecomuseu de Barroso....	94
Gráfico 7 - Local de Origem dos Visitantes/Turistas Portugueses .....	95
Gráfico 8 - Idiomas Estrangeiros Dominados pelos Trabalhadores dos Restaurantes .....	95
Gráfico 9 - Promoção dos Restaurantes Locais .....	96
Gráfico 10 - Colaboração entre os Restaurantes .....	96

## Índice de Figuras

Figura 1 - Mapa do Concelho de Montalegre .....	19
Figura 2 - Atividades Náuticas na Barragem do Rabagão .....	21
Figura 3 - Feira do Fumeiro e Presunto de Montalegre .....	33
Figura 4 - Pesca na Barragem de Sezelhe .....	36
Figura 5 - Chega de Bois de Raça Barrosã .....	37
Figura 6 - Panorama Geral do Evento da Sexta Feira 13 .....	37
Figura 7 - Foto da Aldeia do Outeiro .....	38
Figura 8 - Foto da Aldeia de Vilarinho de Negrões.....	39
Figura 9 - Panorama gera da Barragem e Aldeia da Venda Nova .....	39
Figura 10 - Aldeia de Pitões das Júnias .....	39
Figura 11 - Presunto de Barroso .....	43
Figura 12 - Produtos de fumeiro numa cozinha regional .....	49
Figura 13 - Posta à Barrosã com Batas de Montalegre a Morro.....	49
Figura 14 - Vacas de Raça Barrosã a Pastar.....	50
Figura 15 - Atividades Laborais: Carradas do Centeio .....	52
Figura 16 - Tradicionais Almoços da “lavoura” .....	53

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 - Estrangulamentos e Potencialidades Turísticas.....	23
Tabela 2 - Alojamento do concelho de Montalegre .....	25
Tabela 3 - Capacidade/Lugares dos Restaurantes .....	27
Tabela 4 - Património e Pontos de Interesse.....	28
Tabela 5 - Património Etnográfico e Comunitário .....	28
Tabela 6 - Locais de Interesse Paisagístico e Ecológico.....	28
Tabela 7 - Feiras, Festa, Atividade Recreativas e de Lazer.....	29

## **Abreviaturas**

A.C.C. - Associação Chã Criativa

A.P.F.B. - Associação Produtores Fumeiro Barrosã

B.M.M. - Biblioteca Municipal de Montalegre

C.M.M. - Câmara Municipal de Montalegre

E.B. - Ecomuseu de Barroso

F.F.P.M. - Feira do Fumeiro e Presunto de Montalegre

F.V.L.B. - Feira da Vitela dos Lameiros do Barroso

ICOMOS - Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios

T.N.P. - Turismo e Norte de Portugal

P.T.M. - Posto Turismo de Montalegre

UNESCO - União das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura



# **CAPÍTULO I**



## **1. Introdução**

O presente capítulo é composto pela hipótese e justificação da escolha do tema de pesquisa, pela metodologia, e pela estrutura do trabalho. Para além disso, são apontados os objetivos propostos para este trabalho de investigação, as técnicas e métodos utilizados na recolha de dados e a explicação da hipótese.

Este trabalho de investigação procura analisar a importância da culinária e da gastronomia na valorização da cultura local e do turismo cultural, assim como algumas das suas mudanças históricas e socioculturais. Assim, são estudadas as receitas tradicionais e as suas principais alterações e identificados os rituais e práticas associados ao consumo de alimentos. Além disso, realiza-se um diagnóstico geral sobre as estratégias de marketing e promoção dos produtos locais levadas a cabo pelas entidades públicas e privadas e, posteriormente, apontam-se sugestões de melhoria e propostas de intervenção, a nível gastronómico, para um melhor potencial turístico nesta temática.

Assim, numa primeira fase, o trabalho de investigação visa a recolha etnográfica no concelho de Montalegre de: receitas gastronómicas, categorizadas por épocas do ano; rituais e práticas culturais associadas ao consumo dos alimentos; utensílios utilizados na confeção dos produtos e a sua evolução ao longo dos tempos, nomeadamente, das cozinhas tradicionais para as modernas.

Já numa segunda etapa de investigação, os objetivos deste trabalho são enquadrados em estratégias que beneficiem o turismo gastronómico local. Desta forma, tem-se como objetivo criar um conjunto de propostas de intervenção, que permitam reforçar uma estratégia de promoção dos produtos locais e fazer, simultaneamente, um diagnóstico dos problemas da oferta gastronómica do concelho de Montalegre, no que concerne ao turismo.

Para a concretização destes objetivos privilegia-se o método de observação participante e, no que diz respeito às técnicas de recolha de informação no terreno, foram utilizadas as entrevistas semi-dirigidas e as conversas de carácter informal. Verifica-se também a consulta de fontes e trabalhos bibliográficos locais e não locais.

As recolhas de informação realizaram-se em entidades e pessoas que estão ligadas à área da gastronomia, tais como associações, restaurantes, produtores e comerciantes de produtos regionais e locais.

A gastronomia é um dos maiores aliciantes turísticos da região e, portanto, é necessário enriquece-la constantemente, não apenas do ponto de vista gustativo, mas também do ponto de vista cultural, através da sua transformação em produtos turísticos. Para tal, demonstra-se pertinente efetuar um diagnóstico geral da oferta, procura, estratégias de promoção e ameaças para, posteriormente, se poderem apontar algumas sugestões de melhoria, que possibilitem uma maior satisfação turística e um conseqüente desenvolvimento sustentável para as populações locais.

A culinária vista como uma manifestação cultural é um atrativo interessante, já que os turistas atraídos por essa modalidade procuram experimentar a comida típica do lugar, frequentando restaurantes, feiras gastronômicas, festas, entre outros.

“As motivações para esse tipo de turismo são muitas, entre elas o prazer e a busca de raízes culturais. A compreensão do que é a culinária local, uma comida típica, não se dá apenas com o entendimento histórico do lugar. A cultura e as suas características têm destacada importância”.

(Azambuja; 2001: 74)

De facto, a gastronomia é mais que o ato de comer, já que envolve rituais e modos de vida, sendo uma prática social que apresenta dinamismos temporais e espaciais. Isto é, envolve técnicas e habilidades que são passadas de geração em geração, em confeções de alimentos que variam de acordo com os motivos: as festas religiosas e laicas, os costumes instituídos e as tradições. Neste sentido, o turismo cultural está cada vez mais consciente do que pode absorver das culturas que visita, através da culinária local, pelo que tende a valorizar, progressivamente, o ato (quase sempre e de preferência coletivo) de comer.

“(…), é certo que a gastronomia está ligada ao prazer. A referência por algum alimento e por determinados pratos nos diferentes grupos humanos está ligada à sensação de sociedade e de prazer”.

(*idem*)

Simbolismos, que podem ser expressos por rituais, *tabus*, costumes e sociabilidades manifestam-se à mesa. A observação da cultura como construção de um passado histórico é de grande importância para se entender as instituições e relações alimentares de um determinado povo.

É fundamental destringir os significados de gastronomia e de culinária: a gastronomia está vinculada ao prazer proporcionado pela comida e ocupa-se das técnicas, abrangendo a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e todos os aspetos culturais associados. Assim sendo, apresenta um foro mais alargado do que a culinária, que se constitui como a arte de cozinhar. Este processo envolve uma evolução histórica e a cultura de um determinado povo, variando de região para região, não só no que diz respeito aos alimentos, mas também aos utensílios utilizados. Azambuja (2001: S/P) considera que a diferença entre culinária e gastronomia está na busca pelo prazer. Ambas se tornam em objetos turísticos ou vêm reforçar opções e produtos turísticos já existentes.

“... comer é um ato da vida que o homem repete quotidianamente. Os alimentos ocupam um lugar importante na simbologia religiosa e social. Porém, os alimentos mudam, na história da humanidade e no espaço. É isso que a história e a geografia alimentar deveriam relatar-nos...”

(Annie Reffet; 1993: 5)

### **1.1. Hipótese e Justificação da Escolha do Tema**

Entendida como um fruto de saberes tradicionais que atestam a própria evolução histórica e social do povo português, a gastronomia nacional integra o património intangível que cumpre salvaguardar e promover.

No Barroso, a gastronomia constitui-se como um dos traços culturais mais marcantes da identidade das suas gentes. Trata-se, portanto, de um património cultural riquíssimo, repleto de práticas culturais vinculadas a determinados simbolismos, crenças e «saberes-fazer» que se foram preservando ao longo dos tempos. Do ponto de vista social, este é um dos elementos que promove a integração social e que caracteriza os seus habitantes, conhecidos pela sua

hospitalidade com as “gentes de fora”, isto é, com os turistas e visitantes. Do ponto de vista turístico são imensas as atividades, festas e eventos culturais ligadas às práticas gastronómicas realizadas no Barroso.

Posto isto, a pesquisa de investigação relativa a esta área de estudo tem como objetivo demonstrar a importância da cultura gastronómica da região de Barroso (Montalegre) no desenvolvimento do turismo cultural da região. O objeto de estudo – **A Gastronomia e os seus Contributos para o Desenvolvimento do Turismo** – pretende, então, perceber e interpretar a importância da gastronomia junto dos visitantes e dos locais, para posteriormente se apontarem sugestões de melhoria para o turismo cultural local.

O turismo gastronómico não é só um negócio de marketing, podendo ser encarado como uma experiência e até uma possibilidade de distribuir socialmente a riqueza. Além disso, a gastronomia tem possibilidades de potenciar outros setores básicos, como a agricultura e os produtos locais. Para tal, é fundamental salvaguardar, valorizar e divulgar as práticas culturais gastronómicas, para que o turismo cultural da região possua um maior grau de autenticidade, de satisfação e sustentabilidade.

## **1.2. Metodologia**

“A metodologia é um conjunto de procedimentos e regras para produzir conhecimento e está interligada com o enquadramento teórico global. Portanto, é algo mais que uma técnica ou um conjunto delas

(Pereiro; 2002: S/P)

A metodologia utilizada foi a antropológica, recorrendo-se à observação participante, ao guião-questionário e aos inquéritos. O diário de campo foi também outra técnica utilizada, que facilitou a ordenação e obtenção da informação durante a observação diária. Esta técnica, segundo Pereiro (2002: S/P), constitui-se como “um registo diário da observação participante, no qual se relata a experiência do antropólogo em relação com os estudados, o que dizem, o que fazem e o que pensam. É uma forma de ordenação das notas e um instrumento de autodisciplina”.

O trabalho de campo foi desenvolvido no período de cerca de nove meses no concelho de Montalegre e baseou-se na recolha bibliográfica, na realização de entrevistas, de inquéritos, de conversas informais, do diário de campo e da observação participante.

Numa primeira fase recorreu-se a uma pesquisa exaustiva de fontes documentais relativas à gastronomia, tais como, revistas, livros, publicações, internet. Posteriormente, consultou-se algumas fontes documentais sobre a região, o que possibilitou obter dados importantes para posterior utilização. A Biblioteca Municipal de Montalegre (B.M.M), o Ecomuseu de Barroso (E.B) e o posto de turismo de Montalegre (P.T.M) foram os principais locais onde se procedeu à recolha de fontes documentais para a aquisição das informações e registo desejados.

A observação foi realizada durante o desenvolvimento das entrevistas e a aplicação dos inquéritos, bem como através da visita a feiras, a festas, a atividades culturais (Gráfico 1), a almoços e a jantares.

Um fator importante que facilitou o processo de compreensão do tema de estudo foi o facto de ser natural da região. Desta forma, verifica-se um conhecimento mais alargado da realidade local. Por outro lado, o estabelecimento de contactos com as pessoas e entidades locais foi facilitado, pelo que se deu preferência à recolha de informação através de conversas informais com habitantes locais. Neste contexto, as pessoas sentir-se-iam mais à vontade, o que é perceptível, nomeadamente, nas informações retratadas no capítulo das receitas gastronómicas tradicionais.

### **1.3. Estrutura do Trabalho**

A presente dissertação encontra-se estruturada em sete capítulos. O primeiro capítulo é composto pela introdução, pela hipótese e justificação da escolha do tema, pela metodologia e pela explicação da estrutura do trabalho.

O segundo capítulo, enquadramento teórico, aborda de forma generalizada e fundamentada (com base em diversos autores) quatro temas da maior importância, já que quando falamos de gastronomia, devemos analisá-la do ponto de vista histórico, social, cultural, religioso e turístico. Trata-se, então, de a compreender como um elemento da identidade

cultural, com um legado que identifica o grupo e que faz parte da memória de um determinado povo. Além do aspeto social, pode ser vista como um recurso turístico extremamente importante para o desenvolvimento sustentável das populações.

O terceiro capítulo faz referência à caracterização geral do concelho de Montalegre, nomeadamente no que respeita ao património cultural e às atividades festivas mais relevantes.

O quarto capítulo aborda: a questão do turismo gastronómico como um dos principais eixos condutores do turismo da região; e o contributo do plano de marketing para a promoção da gastronomia e das atividades de ocupação turística, que são fundamentais para a valorização turística e o desenvolvimento sustentável do território.

O quinto capítulo é destinado à cultura gastronómica de Barroso e faz um retrato geral sobre a sua gastronomia. Especificamente, aborda a gastronomia oficializada como património cultural; a raça autóctone - a raça barrosã – e a sua importância social, histórica e económica; os produtos gastronómicos do Barroso; e as receitas gastronómicas tradicionais da região.

O sexto capítulo destina-se à análise dos dados recolhidos junto dos turistas/visitantes do concelho de Montalegre e das entrevistas e conversas informais levadas a cabo junto dos proprietários da restauração. Estes dados foram importantes para perceber a importância que os turistas/visitantes atribuem à Gastronomia e perceber algumas debilidades do setor da restauração local.

Por fim, o sétimo capítulo faz referência às propostas de intervenção, às considerações finais e à conclusão. Trata-se de um capítulo que, fruto de todo o processo de investigação sobre a temática em questão, apresenta algumas sugestões e propostas de intervenção que visam a melhoria do setor gastronómico, nomeadamente, a nível turístico.

# **CAPÍTULO II**



## **2. Enquadramento Teórico**

Este capítulo destina-se ao Enquadramento Teórico e os seus temas – Turismo Cultural, Considerações Históricas Sobre as Práticas Gastronómicas, Efeitos da Globalização na Identidade Gastronómica e Alimentação e Religião – são baseados em alguns autores que permitem um entendimento do tema em estudo, a saber: **A Gastronomia e seus Contributos para o Desenvolvimento do Turismo em Montalegre.**

### **2.1. Turismo Cultural**

É inegável que a atividade turística é, atualmente, uma das formas de aproveitamento dos recursos do território e de uma conseqüente dinamização económica. Neste sentido, o desenvolvimento do turismo depende das especificidades de cada região e sobretudo, da forma como estas são reconvertidas em produtos turísticos capazes de satisfazer as necessidades dos turistas e, ao mesmo tempo, de servir os interesses da população local, permitindo um desenvolvimento sustentável a longo prazo.

Com efeito, uma boa adequação dos recursos aos serviços turísticos é fundamental para obter um aproveitamento económico satisfatório e rentável. É, portanto, fulcral que sejam asseguradas as condições básicas e necessárias nos domínios das infraestruturas económicas e socioculturais. De resto deverão de ser feitos esforços para que se criem produtos e serviços turísticos inovadores e diversificados, uma vez que nas últimas décadas se tem constatado um crescendo turístico que procura produtos diversificados.

Contudo, é necessário que exista um equilíbrio na concertação das atuações entre as entidades públicas e privadas, no que diz respeito ao património e turismo cultural. Segundo Henriques (2007: S/P), “a própria multiplicidade dos agentes envolvidos pressupõe um mínimo de coordenação institucional e a procura de consensos básicos sobre objetivos e vantagens comum”. A coordenação e busca de consensos serão, então, necessárias mesmo que se estejam em causa políticas de turismo cultural.

Nesse domínio, é imprescindível que no processo de desenvolvimento regional/local as atividades turísticas sejam integradas na organização global do sistema produtivo, invés de

serem implementadas de forma autónoma. A este respeito, Peres (2008: 146) afirma que “o turismo na perspetiva da sustentabilidade é um modelo que apela a uma lógica de busca de autenticidade, porque é integrador de sentidos múltiplos e de agentes vários”.

De facto, atualmente, o turismo é visto como um fator fundamental para um desenvolvimento sustentável da população, Neste sentido, as estratégias de valorização e preservação do património devem ser devidamente articuladas numa potencialização turística que satisfaça os interesses económicos e sociais da população. Nessa perspetiva, Rodrigues (1997: S/P) considera “o espaço turístico como sendo um espaço que influencia o fomento de atividades de consumo, uma vez que os seus elementos são dotados de territorialidades e intencionalidades”. Também Cruz (2007: S/P) aborda a questão económica: “O turismo enquanto atividade económica exalta o valor de troca do espaço em detrimento do seu valor de uso, passando a ser compreendido como mercadoria, o espaço fica sujeito assim ao mesmo processo de «coisificação» e «fetichização» que as mercadorias estão expostas”.

Contudo, o turismo tem de ser também entendido como uma prática social, já que é praticado por pessoas e provoca mudança junto do turista e da população residente. Isto é, visto que haverá contacto com novos territórios e culturas, serão produzidas mudanças em ambos os atores.

## **2.2. Considerações Históricas Sobre as Práticas Gastronómicas**

A história da gastronomia, apesar das suas construções variadas e peculiares e das suas especificidades, passou por uma série de transformações que devem ser compreendidas atendendo às mudanças económicas, sociais e políticas. Desde a pré-história, a alimentação humana tem sofrido alterações - se inicialmente era baseada em alimentos crus (carnes, frutas), após a descoberta do fogo, o Homem começou a cozinhar os alimentos, possibilitando o seu desenvolvimento orgânico (diminuiu o tamanho dos seus maxilares, a capacidade craniana aumentou gradualmente).

Flandrin e Montanari (1996: S/P) apresentam um panorama da alimentação no mundo, desde a pré-história até os tempos atuais. Numa fase inicial, a caça de animais isolados e de grande porte era a fonte de carne para a alimentação humana. No final do Paleolítico Médio, o

sistema de caça alterou-se. Primeiramente, os grupos de homens caçavam manadas inteiras e só mais tarde, com o aquecimento do clima, que começaram a caçar animais de pequeno porte.

Com o sedentarismo e o desenvolvimento da agricultura e da pecuária, os alimentos consumidos começaram a ser mais diversificados e em alguns deles verificou-se um melhoria ao nível da qualidade. Os cereais começam a ser cultivados (principalmente trigo e centeio) e iniciou-se a domesticação e criação de animais (carneiros, cabras, porcos). Daí que as bases da alimentação dos povos que habitavam a Europa fossem justamente os cereais, a carne de animais domésticos e alguns alimentos silvestres.

O desenvolvimento da cerâmica trouxe um contributo importante à alimentação, pois possibilitou a cozedura dos alimentos em água. A partir desse momento também se começaram a desenvolver os utensílios culinários que, até então, se reduziam à utilização das mãos, de pedras lascadas, de ossos (para cortar os alimentos, principalmente a carne) e de paus (para mexer no fogo e assar a carne). Começaram, então, a ser feitos utensílios como panelas de cerâmica e recipientes para a água.

Também com o aparecimento e desenvolvimento da metalurgia foram desenvolvidos e aperfeiçoados outros tantos utensílios, nomeadamente, as facas.

A diversidade de alimentos cozinhados e consumidos esteve, desde sempre, dependente dos recursos naturais e do clima de cada região, assim como da cultura e dos costumes de cada povo. A partir do séc. XVI os hábitos alimentares alteraram-se, observando-se um aumento do consumo de pratos à base de legumes e vegetais e de diferentes tipos de peças de carne, com destaque da carne de boi. Foi também potencializada a utilização dos frutos e molhos, estando a França no impulsionar destas preferências.

No século XIX, com a Revolução Industrial e o desenvolvimento das indústrias alimentares, modificaram-se novamente os comportamentos sociais e os hábitos alimentares. As farinhas, os óleos, o açúcar, entre outros alimentos, deixaram de ser fabricados artesanalmente, para passarem a ser produzido em série.

Porém, outras mudanças aconteceram. A mulher, que até então apenas se dedicava à vida doméstica, passou a fazer parte da força de trabalho, o que provocou uma mudança na vida das famílias e na divisão do trabalho no seio das mesmas.

Por outro lado, surgiram os eletrodomésticos, que se foram democratizando, tal como a comida industrializada. Os trabalhadores passaram a comer nas cantinas das fábricas, pela falta

de tempo de que dispunham. No entanto, surgiram os primeiros restaurantes com preços baixos, o que facilitou o acesso aos mesmos e criou alternativas à confecção das refeições em casa.

As relações mercantilistas intensificaram-se e a economia tomou um novo rumo. Também as melhorias nutricionais começaram a ser evidentes e levaram a um crescimento populacional. Por outro lado, aconteceram várias alterações demográficas provocadas pela fome, decorrente das constantes guerras e desastres agrícolas. É exemplo disso a crise do míldio da batata, na Irlanda, entre 1845 e 1847, que provocou a morte de meio milhão de pessoas e um crescente fluxo migratório.

A partir da metade do século XX, as mudanças nos hábitos alimentares intensificaram-se ainda mais. Com o decorrer do processo de industrialização, verificou-se a massificação do consumo e os alimentos passaram a apresentar-se empacotados e com um tempo de preservação muito superior. Confeccionar refeições em casa começou a ser hábito apenas nos tempos livres, sendo as comidas ditas típicas ou tradicionais (de feitura mais complexa e entretanto esquecida) procuradas nos restaurantes das especialidades.

### **2.3. Efeitos da Globalização na Identidade Gastronómica**

A globalização, os fenómenos migratórios, as condicionantes socioeconómicas, as alterações dos modos de produção agrícola, a intensificação da industrialização e a melhoria das redes de transporte de fornecimento de bens (como os alimentares e os utensílios de cozinha) foram fatores que influenciaram o abandono de determinadas práticas e hábitos alimentares no Barroso.

Greg Richards (2001: 75) considera que a próxima associação entre gastronomia e o local, identidades regionais e nacionais, são ameaçadas aparentemente pelo processo de globalização. Daí que alguns alimentos, de que são exemplo as batatas fritas, passassem a estar disponíveis em todos os lugares e comidas que anteriormente eram sazonais, comessem a ser servidas durante todo o ano. Desta forma, passou a verificar-se uma dissociação aparente entre comida e lugar.

Também Ritzer aborda os efeitos da globalização e da localização nos intercâmbios gastronômicos e na criação de pressões nos hábitos gastronômicos. De acordo com o mesmo, essas pressões provocaram o crescimento do “fastfood”, o que caracteriza a globalização da cultura e da economia enclausurada no termo “McDonaldization” (Greg Richards; 2001:75 citando Ritzer; 1993: S/P).

No entanto, são variadas as posições relativas ao “fast food”. Enquanto uns defendem a homogeneização do “fast food” enquanto sinónimo de comer mais barato e de maneira mais previsível e segura; outros consideram-no como uma opção pouco saudável, sem ser natural e que impossibilita os turistas e os locais do sentido de sítio.

Apesar disso, numa outra visão, a extensão e o crescimento das comidas globais trouxe algumas vantagens ao setor do turismo. Os turistas, tendo em vista seu conforto durante as viagens, procuram muitas vezes comidas ou produtos globais. Neste seguimento, o turismo é uma das forças da globalização. Assim, Castells considera que “o espaço de fluxos de rede da economia global aumenta a integração da economia global, favorece o aumento das economias da balança e extensão em produção de comida e distribuição como no turismo” Richards; 2001: 76 citando Castells; 1996: S/P).

Contudo, Greg Richards (2001: 76) chama a atenção para os limites da homogeneização criados pela globalização, bem como para a interação entre os fluxos globais de capital, as pessoas e a cultura. De facto, esse processo de interação, quando combinado com as características das localidades, para produzir misturas específicas a nível local e global.

Podemos, então, afirmar que o global se torna localizado e o local também passa a ser globalizado. Embora os sinais possam ser facilmente produzidos, estandardizados e globalizados, o modo como as pessoas usam esses sinais é específico e diz respeito a um país, uma região ou uma cultura. Assim, o produto pode ser global, os recursos humanos poderão falar inglês, a cerveja pode ser servida em canecas, mas a experiência é local. A este respeito, Greg Richards (2001: 77) “refere que a reprodução da cultura global não afeta só o mundo como consumismos a comida, mas também tem um profundo efeito na nossa experiência turística”.

## 2.4. Alimentação e religião

São vários os autores que têm publicado estudos etnográficos de interesse antropológico sobre o ato de comer. Exemplo disso são os estudos realizados por Evans-Pritchard, em 2002, sobre os modos de vida de populações específicas e os seus hábitos alimentares. Também Lévi-Strauss (2004: S/P) aborda esta questão, considerando que os modos práticos de tratamento do alimento – cru, assado, cozido ou defumado – acarreta um simbolismo que expressa a estrutura interna das sociedades.

Atualmente, na nossa sociedade, deve-se observar que alimentar-se não é sinónimo do ato comer. Segundo Carneiro (2003: 1), “a fome biológica distingue-se dos apetites, expressões dos variáveis desejos humanos e cuja satisfação não obedece apenas ao curto trajeto que vai do prato à boca, mas se materializa em hábitos, costumes, rituais, etiquetas. (...) O que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come e com quem se come” .

Já no que se refere ao campo das religiões, a alimentação tem um papel fundamental no quotidiano dos seus adeptos. Assim, as permissões, as proibições e os jejuns são regulações religiosas simbólicas constantemente exercidas na sociedade.

Flandrin e Montanari (1996: S/P) apresentam um panorama da alimentação no mundo, desde a pré-história até os tempos atuais e abrangem, também, as regras religiosas de cada cultura. São, sem dúvida, várias as diferenças verificadas nas normas islâmicas, judias, católicas romanas e cristãs ortodoxas, bem como nas suas preferências e proibições alimentares.

Carneiro relaciona também a questão alimentar e as religiões:

“As regras alimentares servem como rituais instauradores de disciplinas, de técnicas de autocontrolo que vigiam a mais insidiosa, diurna e permanente tentação. Domá-la é domar a si mesmo, daí a importância da técnica religiosa dos jejuns, cujo resultado também permite a obtenção de estados de consciência alterada propícios ao êxtase. As regras disciplinares sobre alimentação podem ser anti-hedonistas, evitando o prazer produzido pelo alimento tornando-o o mais insípido possível, ou podem ser pragmáticas, ao evitar alimentos que sejam demasiadamente «quentes» ou «passionais». Os herbários medievais identificavam em diversos alimentos, tais como as cenouras ou

alcachofras, fontes de excitação sexual. As regras budistas eliminam até mesmo a cebola, a cebolinha e o alho, por considerarem que essas inflamam as paixões”.

(Carneiro; 1993: 119)

É, então, necessário compreender a gastronomia como um elemento de uma identidade cultural, com um legado que identifica o grupo e que faz parte da memória de um determinado povo. Para além disso, constitui-se como um dos maiores atrativos turísticos da região, satisfazendo vontades e expectativas, tanto a nível gustativo como no plano das atividades e eventos culturais de cariz gastronómico. Contudo, a globalização, os fenómenos migratórios, as condicionantes socioeconómicas, as alterações dos modos de produção agrícola, a intensificação da industrialização e a melhoria das redes de transporte de fornecimento de bens (como os alimentares e utensílios de cozinha) foram condicionantes que influenciaram o abandono de determinadas práticas e hábitos alimentares.

Por fim, é necessário compreender que a alimentação exerce papel relevante nas mais diversas religiões, e estas influenciam os modos de agir, sentir e pensar das sociedades, em diferentes contextos históricos.



# **CAPÍTULO III**





É, portanto, a grande porta de entrada do litoral minhoto, sendo, por assim dizer, alguém com o coração em Trás-os-Montes e os braços estendidos ao Minho. É nesta linha de transição que têm lugar alguns dos mais belos trechos paisagísticos de Portugal e onde está implantado o único Parque Nacional de Portugal, o Parque Nacional da Peneda Gerês.

Para além disso, atentando à posição geográfica da região, o seu posicionamento fronteiriço poderá potenciar o incremento das relações com outras regiões do país e com o território espanhol.

O desenvolvimento da região passa pelo desenvolvimento turístico, mas deverá ser continuamente reforçada a aposta em linhas orientadoras da diferenciação cultural, para que se desmarque positivamente de outros locais. Nessa lógica, a gastronomia poderá ser vista como o principal eixo condutor do desenvolvimento turístico e, conseqüente, como uma alavanca do desenvolvimento local. Podendo constituir-se como uma das maiores atrações turísticas, deverão ser criadas dinâmicas durante todo o ano, atraindo quer por turistas nacionais, quer estrangeiros.

No que diz respeito à zona em estudo. Esta detém alguns pontos fracos ao nível turístico, nomeadamente: a falta de qualificação no comércio tradicional; a falta de ofertas de atividades de âmbito cultural; o reduzido número de entidades que promovem e comercializam cooperativamente os produtos locais; a falta de capital de investimento, nomeadamente de incentivo à produção. Para além disso, factores como a carência de jovens e um território demasiadamente disperso (408km<sup>2</sup>) contribuem negativamente para a exploração turística do local.

Em contrapartida, a região possui pontos fortes, tais como: a facilidade da entrada de fluxos turísticos de Espanha; a facilidade de prática de atividades como a caça, a pesca, os desportos de aventura, o pedestrianismo, a bicicleta de todo o terreno, entre outras; a possibilidade de certificação de produtos de produção local e a oferta gastronómica fortemente ligada aos produtos regionais (que poderá ser inserida em programas de promoção turística).

Nesta região, segundo Teixeira (2001: S/P), a aposta na estratégia de desenvolvimento turístico passa pela/o:

- Aproveitamento do potencial turístico das albufeiras e rios do concelho;

- Valorização do património natural, cultural e histórico através do encorajamento dos jovens para: a prática de atividades de lazer, a promoção de eventos gastronómicos e de artesanato; o estímulo à produção e qualificação;
- Formação de recursos humanos dos estabelecimentos de turismo rural existentes, apoio de cursos de formação de ativos na área da hotelaria e restauração em colaboração com o Centro de Formação Profissional.

### **3.2. Caracterização do Sector Turístico em Montalegre**

A região de Montalegre apresenta alguns problemas estruturais que inibem a implementação de unidades empresárias turísticas que possam ser sustentáveis economicamente de uma forma duradoura ao longo do ano. Tal facto, deve-se, essencialmente, às suas particularidades geográficas: uma localização periférica e marginal no território , a que acresce uma acessibilidade reduzida. Além disso, revela uma fraca capacidade de revitalização social das comunidades locais.

Contudo, é importante destacar que, atualmente, o turismo é cada vez mais exigente e incorpora uma diversidade de ofertas, entre as quais a gastronomia, que deverão ser complementares, garantindo uma oferta satisfatória ao turista.



Figura 2 - Atividades Náuticas na Barragem do Rabagão (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 3.3. Estrangulamentos e Potencialidades Turísticas

Para além de diversas debilidades anteriormente referidas, a região apresenta estrangulamentos específicos no sector do turismo, que serão abordados de seguida. Ainda assim, destacam-se igualmente várias oportunidades, que poderão constituir-se como oportunidades para a região (Tabela 1).

<b>Estrangulamentos</b>	<b>Potencialidades</b>
Dificuldades de escoamento dos produtos tradicionais locais.	Especificidades geográficas adequadas para a produção de produtos tradicionais de elevada qualidade.
Falta de cooperativismo local para o incentivo à produção e comercialização dos produtos tradicionais locais e de valor reconhecido.	Produtos de qualidade reconhecidos como o mel, fumeiros, carne Barrosã, e entre outros.
Capacidade insuficiente de alojamento turístico, nomeadamente nos eventos de maior dimensão turística (sextas feiras 13, feira do fumeiros, etc).	Reservas naturais de grande valor.
Deficiência a nível de estratégias de cooperação entre os territórios vizinhos; poucas e fracas acessibilidades de mobilidade (seja de infraestruturas ou meios de transporte) para os centros urbanizados.	Grandiosidade e originalidade paisagística.
Território demasiadamente disperso, carência de jovens.	Riqueza de património histórico, arquitetónico e cultural e entidade vital para a salvaguarda e promoção do turismo cultural.
Grande dependência face a operadores de viagens e turismo externo à região.	Elevado potencial par a prática de desportos aquáticos, pesca e caça.
Afastamento dos principais centros emissores de turistas e fraca procura turística interna.	Expansão e modernização da oferta de alojamento hoteleiro e de parques de campismo.

Pouca capacidade de investimento.	Possibilidade de coordenação e cooperação turística ao nível transfronteiriço.
-----------------------------------	--

Tabela 1- Estrangulamentos e potencialidades turísticas (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Embora o concelho de Montalegre se encontre afastado dos grandes centros urbanos e possua condições débeis, é necessário ter em conta que a região possui um posicionamento fronteiriço que lhe confere a possibilidade de se estabelecerem relações com o território Espanhol, mais concretamente o Galego. A região, só pela oferta existente, é uma grande atração turística, digna de ser visitada durante todo o ano, quer por turistas nacionais, quer por estrangeiros.

O desenvolvimento da região passa também pelo desenvolvimento turístico que deve ser apostado não só pela Região de Turismo do Alto Tâmega e Barroso mas, primeiramente pela Município de Montalegre.

Em termos de turismo podemos constatar que a atividade económica tradicional está a diminuir progressivamente e que a falta de profissionais na área recreativa é uma ameaça para o desenvolvimento turístico da região. Em relação a este segundo ponto, por consequência, verifica-se que os estabelecimentos existentes empregam profissionais sem formação e sem qualificação.

Contudo, em termos turísticos, a região pode fazer um melhor aproveitamento da rede viária transfronteiriça, tirando partido e dinamizando a relação com a Galiza. Podem, inclusivamente, ser criadas áreas de influência por parte de entidades responsáveis de Portugal e Espanha. De facto, o acréscimo de fluxos turísticos transfronteiriços através da aposta na maior divulgação da região é uma oportunidade, bem como a oferta de um turismo diversificado: turismo ambiental<sup>1</sup>, turismo rural, turismo cultural e a valorização do património histórico existente.

---

<sup>1</sup> Orienta-se para atividades em áreas remotas de interesse paisagístico, referindo-se a turistas que viajam para um determinado sítio natural tendo apenas em conta a amenidade e o valor recreativo resultantes do contacto com alguns aspetos do mundo natural.

### 3.4. Alojamento e Restauração

Embora se verifique a existência de estabelecimentos de alojamento em todo o concelho, serão alvo de estudo somente os de maior qualidade. Tal opção deve-se ao facto de a imagem e a dimensão do turismo em Montalegre estarem intimamente ligadas com a capacidade de alojamento de grupos e a satisfação do cliente em relação à imagem que o turista tem do Concelho. Isto é, um alojamento simples, limpo, agradável e quente (para contrastar com o clima).

<b>Alojamento Existente no Concelho</b>			
<b>Nome</b>	<b>Morada</b>	<b>Telefone e Fax</b>	<b>N.º de Quartos</b>
Albergaria do Castelo	R. do Castelo, 5470-242 Montalegre	Tel.: 276 512 501	16
Albergaria Pedreira	Av. D. Afonso III, 5740-242 Montalegre	Tel.: 276 512 501	14
Casa da Travessa – TR	Paredes do Rio, 5470-092 Covelães	Tel. 276 566 121 Fax: 276 566 121	3 3 suites
Casa Sala do Capitão - Casa de Campo	S. Vicente de Chã, 5470-077 Chã	Tel.: 276 549330	3
Hospedaria Girassol	R. da Portela, 5470-219 Montalegre	Tel.: 276 512 462	7
Hotel Quality Inn ****	R. do Avelar, 2, 5470-235 Montalegre	Tel.: 276 510 220 Fax: 276 510 229	42
O Rocha	Paredes do Rio, 5470-092 Covelães	Tel.: 276 566 147	12
Residencial Fidalgo	R. da Corujeira, 5470-219 Montalegre	Tel.: 276 512 462	10
Residencial Girassol	R. Lama do Moinho, 5470-370 Montalegre	Tel.: 276 512 715	7

Turismo de Aldeia	Inatel Linhares - Penedones, 5470 Montalegre	Tel.: 253 613 320 Fax: 253 214 202	13
Hotel Rural Casa do Outão	Mourilhe	Tel.: 276 510 260	16
Hotel Rural Casa dos Braganças	5470-490 Tourém	Tel.: 276 579 138 Tlm.: 919869300	10
Casa dos Freitas	Montalegre	Tlm.: 965437143	8

Tabela 2 – Alojamento do Concelho de Montalegre (Fonte:Ecomuseu de Barroso)

Uma falha apresentada pela oferta de alojamento é a incapacidade de resposta perante as preferências dos mais novos, que mais facilmente não se importarão de dormir em camaratas ou abrigos de montanha, desde que seja um local limpo e com aquecimento. O mesmo se passa com os praticantes de atividades radicais e de montanha, pessoas que poderão estar mais predispostas a gastar dinheiro em comida e atividades do que em alojamento.

Segue-se a apresentação dos restaurantes existentes no concelho, que podem servir também de chamariz para a prova da gastronomia local.

<b>Restauração do Concelho de Montalegre</b>		
<b>Nome</b>	<b>Capacidade/lugares</b>	<b>Salão/extra/lugares</b>
Adega o Fumeiro	60	
D. João	60	
Falta d'Ar	60	
Floresta	50	
Foz do Rabagão	80	
Girassol	50	
Nevada	120	
O Brasileiro	60	
O Pote Barrosão	100	

Pedreira	60	
Piano Bar O Castelo	60	
QualityInn	60	250
Ricotero	80	200
Rocha	50	
Rua	50	
Terra Fria	80	
Terra Fria II - A Muralha	80	
O Preto	60	
S <sup>a</sup> dos remédios	80	
D. Dinis	50	
Flor do Rio	40	
Sol Rio	80	
Borda D' Água	80	
Carril	60	
Moinho da Ferreira	50	
Ribeiro	40	
Sol e Chuva	150	500
Albufeira	250	
O pote Barrosão	100	100
Floresta	90	
Mãe-d'água	60	
Costa	80	
Maurício	36	
Pinto	120	
Pensão Africana	100	
Área Protegida	100	
S. Cristovão Borralha	80	
Estalagem do Morgado	40	300
Baixo Barroso	150	
Dias Parafita	130	
A Cista	60	200

Cabaço	92	
O paço	92	
O Larouco	92	
Rita	60	
O cantinho	24	
Fojo dos Lobos	40	
Fundo Novo	120	
Total	3766	1550

Tabela 3 - Capacidade/Lugares dos Restaurantes (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Como podemos ver na Tabela 3, o número de lugares oferecidos pelos restaurantes é de 3766 para a sala principal, já os lugares disponíveis em salão extra são 1550, o que perfaz um total de 5316 lugares nos restaurantes do concelho de Montalegre.

Se compararmos os lugares oferecidos pelos restaurantes, com as principais motivações da deslocação a Montalegre, verificamos que a procura pela gastronomia tem uma forte expressão e representa um dos principais motivos pelos quais os turistas e visitantes procuram o concelho de Montalegre. Sendo assim, podemos concluir que a oferta por parte dos restaurantes é oportuna e pertinente, pois é justificada pela procura.

### **3.5. O Património Histórico mais Relevante**

A história de Montalegre remonta há muitos séculos atrás, sendo a sua origem datada do período do Neolítico. Foram muitos os povos que passaram nestas terras ficando mais ou menos tempo, mas deixando sinais da sua identidade e estilo de vida ancestral. Assim sendo, apresenta-se, de seguida, algum do vasto património que ao longo dos séculos foi sendo construído.

### 3.5.1. Património e Pontos de Interesse

Casa do Cerrado – Montalegre	Igreja do Castelo – Montalegre
Casa da Fonte – Corva (Salto)	Mamoas da Veiga – Montalegre
Casa do Navegador Cabrilho – Lapela	Mosteiro de Pitões das Júnias
Casa do Outão – Mourilhe	Paço de Vilar de Perdizes
Casa dos Queridos – Viade de Baixo	Ponte da Misarela em Ferral
Casa do Seminário de Gralhas	Ponte Romana de Peirezes
Castelo de Montalegre	Sepulturas Antropomórficas
Castro de Pedrário	Marcos Miliários
Igreja Românica de S. Vicente	Via Romana Vila da Ponte

Tabela 4: Património e Pontos de Interesse (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 3.5.2. Património Etnográfico e Comunitário

Espigueiro com relógio de Sol – Paredes	Forno de Tourém
Fonte Romana de Arcos	Lagar de Azeite – Cabril
Fojo do Lobo – Fafião	Moinho de Paredes
Fojo do Lobo – Parada	Moinho de Vila da Ponte
Forno de Padornelos	Pisão Hidráulico – Paredes

Tabela 5: Património Etnográfico e Comunitário (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 3.5.3. Locais de Interesse Paisagístico e Ecológico

Serra do Larouco	Cornos das Alturas
Albufeira dos Pisões; Salas; Venda Nova	S. João da Fraga – Pitões
Miradouro da Corujeira – Montalegre	Pedra Bolideira – Ponteira
Miradouro da Senhora das Treburas	Lagoas do Gerês

Cascata de Pitões	Cistas da Vila da Ponte
Mata do Avelar	Currais de Lama Longa – Gerês
Olas de Santa – Marinha	Capela da Santa Barbara
Piscinas Naturais no rio Fafião	Toco – Cascata, Piscinas Naturais

Tabela 6: Locais de Interesse Paisagístico e Ecológico (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 3.5.4. Feiras, Festas Atividades Recreativas e de Lazer

<b>Feiras, festas e festivais</b>	<b>Datas</b>	<b>Local</b>
Senhor da Piedade	1º Fim-de-semana de Agosto	Montalegre
Senhor do Pranto	15 de Agosto	Salto
Senhor da saúde	2º Domingo de Junho	Vilar de perdizes
Festa de São Sebastião	20 de Janeiro	Salto
Feira do fumeiro e do presunto de barroso	3º Fim-de-semana de Janeiro	Montalegre
Feira da vitela do Barroso	Junho	Montalegre
Feira do premio do gado	2ª Quinta feira de Agosto	Montalegre
Feira do premio do gado	2ª Quinzena de Agosto	Salto
Feira dos Santos	Outubro	Montalegre
Festa da Matança do porco	Dezembro	Paredes do Rio
Auto da paixão	Páscoa de 10 em 10 anos	Vilar de Perdizes
Auto da Santa Bárbara	Anualmente em Agosto	Vilar de Perdizes
Queima do Judas	Páscoa	Montalegre
S. João da Fraga		Pitões
Dia das Bruxas	Todas as sextas feiras 13	Montalegre
Congresso de medicina popular	1º Fim-de-semana de Setembro	Vilar de perdizes
Entrudo		Vilar de perdizes
Serrada da velha		Tourém e Vilar de Perdizes
Festa da ponte do Diabo	13 de Julho	Sidrós, Ferral

Tabela 7 – Feiras, Festas e Atividades Recreativas e de Lazer

Em suma, a região de Montalegre usufrui de uma localização periférica e marginal no território e no processo de desenvolvimento nacional. Apesar do certo isolamento a que se encontra dos centros urbanos nacionais, e de alguma escassez de técnicos e pessoas formadas na área do turismo e do lazer, possui um vasto e rico património cultural e natural que devidamente potencializado poderá, ainda mais, dinamizar o turismo cultural e proporcionar um desenvolvimento sustentável da região. Nesta perspetiva é preciso compreender a importância social, cultural e turística que a gastronomia tem no turismo cultural da região.

# Capítulo IV



## 4. Turismo Gastronómico

O presente capítulo refere-se ao turismo gastronómico e divide-se nos seguintes temas: o Turismo e a Gastronomia e os contributos do plano de marketing para a promoção da gastronomia local.

### 4.1. O Turismo e a Gastronomia

O turismo gastronómico é uma das vertentes turísticas que mais divisas proporciona aos locais visitados pois constitui uma das principais motivações turísticas dos visitantes. Assim, é fundamental pensar em desenvolver imagens de marca dos produtos locais, tendo em vista a sua promoção, o seu desenvolvimento e valorização.

Por outro lado, é necessário analisar, do ponto de vista antropológico e etnográfico, as manifestações culturais associadas à gastronomia para que possa, ser reconhecidas como um traço identitário e cultural de Barroso. Só assim será possível reconvertê-las em produtos turísticos.



Figura 1 - Feira do Fumeiro e Presunto de Montalegre (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

A culinária, enquanto manifestação cultural, é um atrativo, já que os turistas têm interesse em experimentar a comida típica do lugar, frequentando restaurantes, feiras gastronômicas e festas, entre outros. A este respeito, Azambuja (2001: 74) refere que “as motivações para esse tipo de turismo são muitas, entre elas o prazer e a busca de raízes culturais. A compreensão do que é a culinária local, uma comida típica, não se dá apenas com o entendimento histórico do lugar. A cultura e suas características têm destacada importância. (...) é certo que a gastronomia está ligada ao prazer. A referência por algum alimento e por determinados pratos nos diferentes grupos humanos está ligada à sensação de sociedade e de prazer”.

Mais do que um ato de comer a gastronomia é uma prática social que envolve rituais e modos de vida, apresentando dinamismos temporais e espaciais. Por outro lado, o turismo cultural está cada vez mais consciente do que pode absorver das culturas que visita, através da culinária local, pelo que tende a valorizar progressivamente o ato de comer.

Assim, devem ser valorizadas as técnicas e as habilidades, que são passadas de geração em geração, relacionadas com as confeções de alimentos e que variam de acordo com os seguintes motivos: as festas religiosas e laicas, os costumes instituídos e as tradições. Por outro lado, também os simbolismos, que podem ser expressos por rituais, tabus, costumes e sociabilidades, se manifestam à mesa. É, então, perceptível que a observação da cultura como construção de um passado histórico é de grande importância para o entendimento das instituições e das relações alimentares de um determinado povo.

Tal como se referiu no capítulo da introdução, é importante compreender os significados de gastronomia e de culinária, uma vez que a gastronomia está vinculada ao prazer proporcionado pela comida e ocupa-se das técnicas, abrangendo a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e todos os aspetos culturais associados. Por sua vez, a culinária constitui-se como a arte de cozinhar, abrangendo nesse processo a evolução histórica e a cultura de um determinado povo, que varia de região para região, não só no que diz respeito aos alimentos, mas também aos utensílios utilizados. Quanto à comparação entre culinária e gastronomia, Azambuja (2001: S/P) considera que a diferença entre culinária e gastronomia está na busca pelo prazer, sendo que ambas se tornam objetos turísticos ou reforçam opções e produtos turísticos já existentes.

Na perspectiva de Cunha (2001: 179), o produto turístico é composto: “qualquer viagem comporta necessariamente um conjunto mínimo de bens e de serviços: deslocação, alojamento e alimentação, pelo menos. Deste modo existe uma complementaridade entre os diversos componentes de um produto turístico e se um deles não funcionar bem os outros são afetados”. Já na de acordo a Organização Mundial do Turismo, “o recurso turístico é entendido como todos os bens e serviços que por intermédio da atividade humana, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura” (Cunha; 1997: 150).

É inegável que a gastronomia constitui um dos traços identitários mais marcantes na cultura Barrosã, na qual motiva deslocações e gera uma procura turística. Contudo, poderá potencializar-se ainda mais este tipo de turismo. A oferta turística é, depois do alojamento, um dos pontos fortes da oferta turística e para fazer parte dessa oferta deverá passar a produto – que desvalorizar-se e preparar-se para o consumo turístico, através da sua transformação e valorização (Pereiro e Conde; 2003: 7). Quanto à oferta turística, Cunha (1997: 154) refere que esta “e, em particular alguns dos seus elementos integrantes, só é objeto de procura quando engloba num produto concreto criado para responder a necessidades concretas, objetivas ou subjetivas dos consumidores turísticos. E como produto turístico é visto como o conjunto dos elementos que, podendo ser comercializados, direta ou indiretamente, motiva as deslocações gerando uma procura”.

Ainda sobre esta questão importa atentar às palavras de Saramago: “Em todas as sociedades a alimentação é satisfação de uma necessidade fisiológica mas também é uma forma de comunicação com um conjunto de símbolos, de ritos e atos que conferem uma determinada identidade” (Saramago; 1999: 15).

A alimentação pode então ser percebida como um sistema que reflete a distribuição dos homens, das relações sociais e dos alimentos em categorias que têm um valor cosmológico e sociológico. Assim sendo, a oferta gastronómica de uma terra não participa apenas no ciclo de produção e reprodução social, assume-se também como uma forma de relacionamento e diferenciação, relativamente a outras terras, culturas e povos com os quais concorre.

Importa ainda referir que o concelho de Montalegre tem vindo a ser estudado por diversos autores de variadas disciplinas, nos últimos anos. Assim, foram vários os artigos, livros, documentos e teses que serviram de recurso de informação da presente dissertação, para além da bibliografia consultada em organizações oficiais. Um desses autores foi Dias, que afirma: “há

cada vez mais gente a viver ou a querer viver no campo, a viajar pelo interior, a experimentar gastronomias, a comprar artesanato, a fazer turismo rural, a comprar diversidade” (Dias; 2002: 5).

## **4.2. Atividades de Ocupação Turística**

O concelho de Montalegre encontra-se integrado numa região marcada por contrastes paisagísticos definidos pelo planalto do Barroso, pelas serras que o circundam e pelas várias albufeiras. Para além destes atrativos paisagísticos e naturais, dispõe de um vasto património cultural, etnográfico e de arquitetura. Entre os monumentos do concelho, destaca-se o seu castelo, constituído por quatro grandes torres, ligadas entre si por intercalados panos de muralha.



Figura 4 - Pesca na Barragem de Sezelhe (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

No Barroso podem ser encontrados vestígios arqueológicos e arquitetónicos de diferentes períodos da história, bem como aldeias de construção tradicional. É igualmente de destacar os habitantes das referidas aldeias, que se dedicam ainda a uma atividade agro-pastoril de montanha e manchas extensas de carvalhais autóctones (que são abrigo de um grande número de espécies de plantas e animais ameaçados ou raros a nível nacional ou europeu). Assim, desenvolvem-se localmente atividades numa região que, considerando o novo quadro de

acessibilidades e o posicionamento fronteiriço da região de Montalegre, revelam aspetos potenciadores do incremento das relações com outras regiões do país e com o território espanhol.

A facilidade da entrada de fluxos turísticos de Espanha; a facilidade de prática de atividades como a caça, a pesca, desportos de aventura, pedestrianismo, bicicleta de todo o terreno; a possibilidade de certificação de produtos de produção local; as tradições, os costumes e a oferta gastronómica fortemente ligada aos produtos regionais detêm uma singularidade que permite a esta região apresentar um portfólio de produtos e serviços únicos e diferenciados de outras regiões. A chega dos bois e a sexta-feira 13 são também uma das tradições culturais mais marcantes da região e que despertam a atenção e curiosidade dos visitantes.



Figura 5 - Chega de Bois de Raça Barrosã (Fonte:Ecomuseu de Barroso)



Figura 6 - Panorama Geral do Evento da sexta feira 13, nas Faldas do Castelo de Montalegre (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### **4.3. O Contributo do Plano de Marketing**

O turismo é um dos setores que mais cresceu nas últimas décadas e que melhor recuperou das várias crises, no plano mundial e em Portugal, segundo revelam os relatórios da Organização Mundial de Turismo. No entanto, é necessário que o turismo seja mais rigoroso a todos os níveis, para seduzir ao máximo o consumidor e, assim, fazê-lo permanecer mais tempo e voltar ao destino geográfico em questão. Para tal, é fulcral um conhecimento profundo e permanente do mercado, do perfil do consumidor e da concorrência, bem como uma boa noção das próprias capacidades. De resto, o marketing e a comercialização são estratégias fundamentais para um bom planeamento e gestão das atividades económicas turísticas.

Tendo em conta que o princípio fundamental do marketing é a satisfação das necessidades dos clientes atuais e potenciais, o planeamento torna-se imprescindível para alcançar o sucesso. Por isso, a criação do plano de marketing tem como objetivo principal orientar as estratégias das empresas, bem como instituições interessadas em ganhar maior eficiência e efetividade nas atividades orientadas para o marketing.

As seguintes imagens podem cativar e despertar a atenção de muitos visitantes e turistas, pois ilustram a beleza natural da região. Para além disso, as pessoas podem, por exemplo, degustar os deliciosos produtos tradicionais.

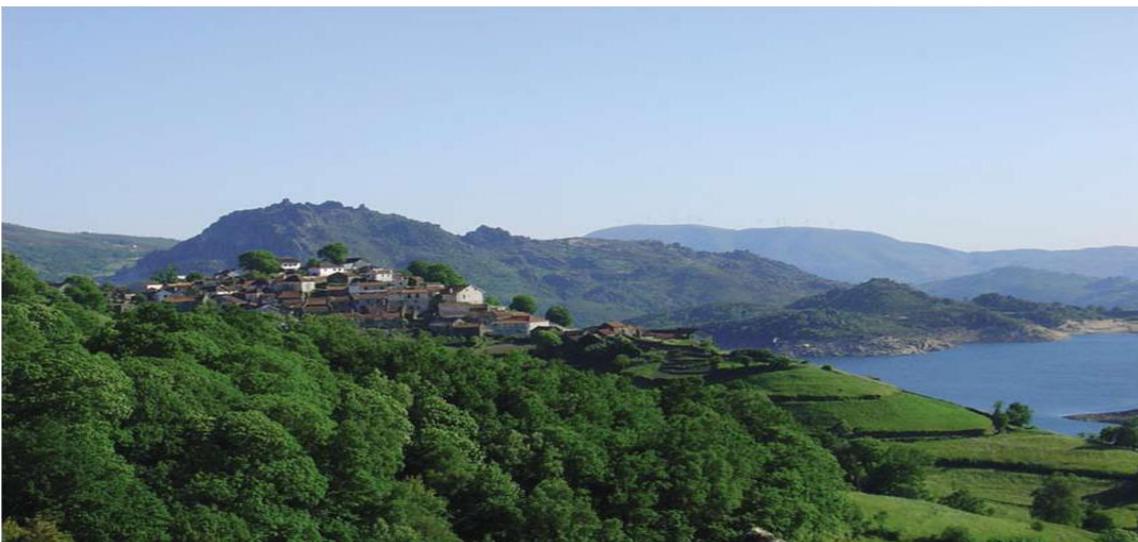


Figura 7 - Aldeia de Outeiro (Fonte: Ecomuseu de Barroso)



Figura 8 - Aldeia de Vilarinho de Negrões (Fonte: Ecomuseu de Barroso)



Figura 9 - Panorama Gera da Barragem e Aldeia da Venda Nova (Fonte: Ecomuseu de Barroso)



Figura 10 - Aldeia de Pitões das Júnias (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Segundo Helfer e outros autores, “o plano de marketing é o documento escrito que, com base nos objetivos comerciais da empresa, específica, para um dado período de tempo, a política comercial de conjunto” (Helfer *et al*, 1996: 436).

Já Kotler (1996: S/P) define o marketing como “a orientação para os desejos e necessidades dos consumidores, através de um esforço integrado da empresa para satisfazer esses desejos e necessidades de forma mais eficaz do que os seus concorrentes. E de forma a atingir determinados objetivos”.

Contudo, é preciso ter a noção que só se é possível vender aquilo que se tem e na região em estudo, a oferta é composta por um rico e diversificado património cultural, natural e ambiental que, combinado com serviços qualificados a nível administrativo, hoteleiro, dos transportes, de animação e de restauração, permite satisfazer as vontades e anseios dos turistas. Todos estes serviços terão êxito se a qualidade/preço satisfazer as expectativas dos turistas, ou seja, se proporcionar experiências únicas e inesquecíveis, respondendo às necessidades e aos desejos de um turista que pretende sair do processo de consumo transformado. Posteriormente, esta superação das expectativas será difundida pela rede de amigos e familiares, num processo de reconhecimento e de autorrealização face à sofisticação das suas motivações.

Mais do que criar bons produtos turísticos é necessário saber como comercializar ao melhor preço, atendendo à qualidade geral do produto em questão. Neste sentido, demonstra-se da maior importância conhecer as opções ao nível da distribuição dos produtos ou, por outras palavras, de construir formas de trazer o cliente ao produto. É, então, necessário saber analisar as novas tendências dos consumidores e, a partir daí, elaborar planos de Marketing eficazes e adequados à nova realidade consumidora.

Sabemos que hoje em dia as novas tecnologias, de que são exemplo as plataformas de internet, desempenham um papel decisivo, permitindo um acesso facilitado ao mercado por parte de todas as tipologias de empresas, independentemente da sua localização. Criar canais de distribuição direta de produtos, face às tendências evolutivas do perfil do consumidor, é umas das soluções possíveis nas estratégias de marketing e comercialização dos produtos e serviços.

Sabe-se que, na atualidade, o cliente ou turista exige, no seu processo de compra, poder a qualquer momento ter acesso a todos os elementos que lhe permitam concretizar a comercialização de destinos e produtos turísticos. Assim, cada vez mais recorrem a meios

eletrónicos que lhe permitem comparar destinos, produtos e preços de forma imediata, clara e transparente, organizando o seu produto com grande flexibilidade.

Falamos, portanto, de um novo paradigma comercial que rompe com o modelo tradicional de comercialização, caracterizado pela comercialização de destinos e produtos, essencialmente, através de redes comerciais ou ao balcão das cadeias de hotéis. Neste contexto, releva-se o recurso às plataformas eletrónicas, na forma de *sítes*, redes sociais, centros de atendimento (*contactcenters*), telefones móveis e outras tecnologias que ganham cada vez mais e mais expressão.

É, igualmente, necessário um maior rigor competitivo na definição das estratégias promocionais dos produtos e destinos turísticos. Assim, o estabelecimento de parcerias entre as redes municipais de cada região apresenta-se como algo vital para a definição de estratégias cooperativas que visam o planeamento e promoção de um produto e destino turístico.

No entanto, a delimitação dessas estratégias tem de obedecer a critérios rigorosos de seleção, nomeadamente das particularidades históricas, culturais e geográficas de cada território. Do mesmo modo, o planeamento turístico deverá ser feito por equipas multidisciplinares, de forma a garantir o êxito do produto final.

Relativamente ao turismo gastronómico, este poderá ser considerado como uma estratégia de marketing para conquistar novos mercados alvo. Neste seguimento Greg Richards dá conta que “não só o consumo de bebidas e comidas são importantes para o destino, mas muito desta comida e bebida pode ser levada para casa como «souvenir». Há um enorme potencial para as regiões de turismo desenvolverem este mercado gastronómico de «souvenirs», principalmente em áreas onde produtos distintivos como a comida e a bebida são disponíveis. (Richards; 2001: 84)

Segundo um estudo turístico realizado pela EUROTEX, na Grécia, Finlândia e Portugal 84% dos turísticos em áreas rurais compram comida e bebida para levarem para casa (Richards (2001: 84). Estes produtos são importantes “souvenirs” porque são relativamente baratos e fáceis de transportar. No que respeita às motivações que levam o sujeito a degustar ou comprar os produtos gastronómicos, a autenticidade é um dos aspetos mais marcantes na decisão de comprar. Tal é comprovado pelos seguintes dados: cerca de 75% dos respondes disseram que a autenticidade era “importante” ou “muito importante” na sua decisão de comprar.

Montalegre tem, efetivamente, determinados produtos que, devido às suas particularidades históricas e culturais, são vistos como um dos aspetos mais atrativos pelos turistas. Os produtos gastronómicos podem também ser usados como exibição do cultural capital ganho do destino, cozinhando e entretendo amigos no retorno a casa. Pratos locais podem ser preparados usando autênticos ingredientes, acompanhado de vinhos locais (Richards; 2001: 85).

Podemos constatar que o turismo gastronómico se torna num fenómeno aculturador. Santana (1997: 98) afirma que o visitante chega com uma série de expectativas culturais em relação ao local de destino e o contacto neste terreno afetará tanto o visitante como o residente. Os turistas, habitualmente, são interessados e estão ansiosos por aprender o capital cultural do destino, fazendo mais do que o simples consumo. As férias gastronómicas são um importante aspeto para que o criativo sector do turismo emerja, já que permitem uma experiência completa em que os turistas podem aprender a cozinhar, conhecer melhor os ingredientes locais usados, o local onde crescem e apreciar as tradições culinárias (Richards; 2001: 87).

Segundo o estudo sobre turismo rural no Norte e Centro de Portugal levado a cabo por Kastenholz, a gastronomia ficou posicionada como o quinto principal motivo pelo qual os turistas visitam a região (Richards; 2001: 84 citando Kastenholz; 2000: S/P). Já em termos de avaliação de satisfação, a gastronomia foi a mais destacada (*idem*).

No entanto, Schor chama a atenção para uma para a dificuldade de exibir a realidade de uma cultura (Richards; 2001: 84 citando Schor; 1998; S/P). Segundo ele, o consumo de lazer é frequentemente arruinado pela nossa inabilidade para mostrar aos outros o que nós consumimos, porque as experiências turísticas são únicas e intangíveis. Reveste-se, então, da maior importância saber capturar, preservar e mostrar aos outros o valor simbólico e o capital cultural adquirido do local. E deve também ser lembrado que o conhecimento de comidas e hábitos de comer adquiridos no local de destino se apresenta como um fator de distinção.

O consumo de comida tornou-se num importante estado simbólico como a própria comida. Greg Richards (2001: 85) exemplifica com o caso do Hard Rock Café, onde a venda de T-shirts e outros “souvenirs” se apresenta como um grande negócio. Estes postos de venda são colocados fora do restaurante e não é preciso comer lá para colecionar os “souvenirs”. Tratando-se o Hard Rock de um produto globalizado, colecionar T-shirts com as diferentes localizações tornou-se numa forma de enfatizar a experiência de viagem.

Voltando ao caso do concelho de Montalegre, pode-se verificar uma situação semelhante à anteriormente enunciada: a carne Barrosã é vendida nos talhos espalhados pelo país, com o poder de cultura capital adquirida pela degustação. Assim, preparada no destino, esta pode ser exibida perante amigos e familiares, originando “autênticos” pratos regionais, com o produto local.

Também aquando da feira do fumeiro em Montalegre, os produtos produzidos localmente, como o caso do presunto, os enchidos (como o salpicão, alheira, chouriça, sangueira, entre outros) são, na maioria das vezes, adquiridos por alguns restaurantes e responsáveis hoteleiros que, no seu local e destino “vendem” o produto local. Tal situação leva a que, por exemplo, numa ida a um hotel de Lisboa, o visitante se depare com o caso mediático do “Presunto de Barroso consumido na capital de Portugal”.



Figura 11 - Presunto de Barroso (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Assim, pode-se provar a carne barrosã ou os enchidos do concelho sem realizar a viagem ao concelho de Montalegre.

Pode-se concluir, com este capítulo, que o turismo gastronómico é a vertente turística que mais divisas proporciona aos locais visitados, constituindo-se como uma das principais motivações turísticas. Assim, é fundamental pensar em desenvolver imagens de marca dos produtos locais, tendo em vista a sua promoção, desenvolvimento e valorização.

Por outro lado, é necessário analisar, do ponto de vista antropológico e etnográfico, as manifestações culturais associadas à gastronomia, para que possa ser reconhecida como um traço identitário e cultural de Barroso e devidamente reconvertida num produto turístico.

Sabemos que o mercado turístico se encontra cada vez mais feroz e competitivo, por isso, tem de se marcar pela diferença, não só no plano da aplicabilidade do produto mas, também, no plano comercial e nas estratégias de marketing. Daí que, qualquer intervenção obrigue a um conhecimento profundo do mercado e dos métodos de abordagem. Nesse sentido, há uma série de requisitos que deverão de ser respeitados e cumpridos para que os produtos turísticos possam vingar e criar satisfação no consumidor.

# **CAPÍTULO V**



## **5. A Cultura Gastronómica de Barroso**

Este capítulo faz referência aos seguintes temas: A gastronomia oficializada como património cultural, a gastronomia barrosã, a raça autóctone barrosã, aspetos sociais e históricos e gastronomia – produtos gastronómicos do Barroso.

### **5.1. Gastronomia Oficializada como Património Cultural**

A gastronomia Portuguesa foi oficialmente declarada como Património Cultural em 2000, através de uma resolução do Conselho de Ministros.

Turmmo (1999: S/P) refere que a gastronomia é um fator de diferenciação cultural e, desta forma, adquire uma importância cada vez maior para a promoção de um destino turístico. Já Antonnini (2004: S/P) considera que a gastronomia de um local se apresenta como uma forma de aumentar a oferta turística e como um produto agregado ao turismo cultural. Vem, aliás, indicando a gastronomia como muito mais que uma simples arte culinária, isto é, como um veículo da cultura popular (pela forma como vivem os habitantes de cada região em determinada época).

A cultura de um país é, entre outros aspetos, a sua gastronomia, uma vez que esta se relaciona com a alma de um povo, o património, os valores, os costumes, a história, a agricultura, a religião e a geografia. Desta forma, a cultura de um lugar e sua comida típica estão intimamente ligados (Córner; 2003: S/P).

Contudo, a globalização e as migrações são fenómenos transversais à sociedade atual, desencadeando intercâmbios culturais que tornam a sociedade mais plural e heterogénea. As práticas e as receitas gastronómicas são aspetos sociais que absorvem essas realidades e, como tal, vão sofrendo modificações ao longo dos tempos.

A alimentação é vista como um elemento cultural e identificador de um grupo social e assume-se como uma das características que mais dificilmente se perde quando se produz em contacto com outros grupos da sociedade.

Por sua vez, o comportamento do turismo é uma compensação pelas atividades ou experiências que falham no nosso quotidiano. Ritzer em Greg Richards (2001: 76) afirma, então,

que o turismo é uma extensão do nosso cotidiano (Richards; 2001: 76 citando Ritzer; S/D: S/P). Já Richards (2001: 78) considera que o turismo gastronómico poderá ser um potenciador da diferença entre identidades, sendo a importância da comida e do ato de comer enfatizado pela importância do “gosto”, em todas as culturas. Esse mesmo “gosto” está relacionado com a educação e com o cultivo de hábitos de comer, beber, de maneiras à mesa e outras áreas da vida.

A comida e o ato de comer formam parte de um universo simbólico, onde a classe trabalhadora “normal de indulgência de convívio” (Richards; 2001: 79) é contraposta pelos burgueses e pela “ética da reticência e restrição” (*idem*), apontando à produção de um corpo que seja socialmente aceitável e como as boas maneiras à mesa. Esta divisão também é visível na maneira como consumimos a comida e a bebida.

A luta para manter a distinção, ao nível da comida e dos restaurantes, é um fenómeno comum em virtude dos ciclos de elevada popularização. No entanto, a distintividade e a aposta em novas áreas da culinária poderão constituir-se como oportunidades.

No caso específico do Barroso, a gastronomia possui um forte traço social, que marca a sua identidade cultural. Constituindo-se como um elemento fundamental na valorização do turismo, a sua gastronomia tende, cada vez mais, a ser vista como um produto ou mesmo um atrativo da localidade.

Contudo, segundo Furtado (2004: S/P), as diversas formas de turismo devem estar devidamente ligadas às características gastronómicas de cada região. Isto porque a cozinha e as práticas alimentares são dotadas de heranças históricas, de simbolismos e de rituais que ultrapassam o seu valor nutricional. Ainda assim, deve ser valorizada a introdução de mutações das formas de consumo de alimentos, nomeadamente, através dos emigrantes.

## **5.2. A Gastronomia Barrosã**

A gastronomia Barrosã é um dos principais traços culturais representativos do património cultural da região. Devido às suas particularidades socioculturais e formas tradicionais de confeção e criação dos produtos, constitui-se como um local com ele interesse turístico.

A excelente gastronomia, na qual se destaca o fumeiro de Barroso, conta uma tradição muito antiga e, hoje em dia, a sua confecção é considerada uma arte. Os fumados, estando profundamente ligados à agricultura e à pecuária do concelho, são ainda hoje feitos artesanalmente, com carnes de excelente qualidade, temperos criteriosos e através de um lento processo de maturação, o que enriquece os aromas finais.



Figura 12 - Produtos de Fumeiro numa Cozinha Regional

Anualmente, em janeiro, realiza-se em Montalegre a feira do fumeiro, que é visitada por pessoas de todo País e da vizinha Espanha, com o objetivo de saborearem e comprarem o tão famoso fumeiro de Barroso: os enchidos e o presunto. A carne da raça Barrosã é outra das especialidades gastronómicas da região.



Figura 13 - Posta à Barrosã com batatas de Montalegre a murro (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

A raça Barrosã, proveniente da região de Barroso (Montalegre e Boticas), caracteriza-se pelos seus enormes "cornos" em forma de lira. A sua carne, distinguida com o selo de qualidade da União Europeia, é uma das riquezas gastronómicas da região. No que diz respeito ao peixe, o cabrito montanhês e as trutas das águas cristalinas e puras do rio Cávado recheadas com presunto constituem-se como os pratos mais tradicionais.

### **5.3. A Raça Autóctone – Barrosã**

Os bovinos de pelagem da cor do barro, com fêmeas de estatura média e chifres em forma de lira, com força desmedida, mas feito dócil e mimado; e machos corpulentos, garantes da descendência e da honra da aldeia, são a raça Barrosã. Esta raça é, em si mesma, uma imagem do concelho pelas suas qualidades de resistência física e de docilidade afetiva, embora os bois tourões sejam mais violentos e possantes. Estes animais, uma vez que nasceram na montanha, foram a força aliada do Barrosão no cultivo da terra, nos carretos da lenha, nas carradas do centeio, na deslocação de pedras maiores para as paredes de casas e lameiros, fornecendo, muitas vezes, a única entrada de dinheiro em casa aquando da venda dos vitelos.

De acordo com Lima (1919: 10), “ a raça barrosã produz-se principalmente nas terras da província de Trás-os-Montes, que se estendem desde a raia da Galiza ao rio Tâmega (...) formando o país conhecido de há muito tempo pelo nome de Barroso (...) compreende dois concelhos: o de Montalegre e o de Boticas. É principalmente nas terras do concelho de Montalegre e nas da freguesia das Alturas, que pertence ao de Boticas, isto é, na parte mais elevada, fria e ingrata do país, no alto Barroso, onde a raça barrosã tem o seu centro de produção, o seu verdadeiro solar”.



Figura 14 - Vacas de raça Barrosã a pastar (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Com a liberalização do mercado e o fim das fronteiras começaram a ser conhecidas outras raças, umas mais corpulentas, outras mais leiteiras. Mas, na verdade, as vitelas barrosãs crescem metade de outros animais de outras raças. Perante esta situação, a Associação dos Produtores de raça Barrosã tem feito esforços no sentido de conseguir apoios financeiros para compensar este desfasamento no crescimento. De forma a compensar este desnível de custo/produção (comparativamente a outras raças), a diferenciação poderá ser feita no preço de venda da carne. Além disso, culturalmente é fundamental preservar esta raça pois a sua extinção implicaria a perda de um traço identitário da região e, conseqüentemente, de Portugal.

Para além da referida situação, a Cooperativa Agrícola de Montalegre cometeu um erro histórico quando decidiu criar a denominação de origem para o gado, “Cruzado dos lameiros de Barroso”, para ser a detentora do livro genealógico da raça e da sua certificação. Na realidade, tratou-se de aproveitar o cruzamento possível entre seis raças diferentes, protegendo a raça barrosã.

O senso comum e os argumentos científicos estão em consonância quando afirmam que a qualidade da carne está, necessariamente, relacionada com o tipo de alimentação do animal. No que respeita à raça barrosã importa lembrar que é autóctone de Barroso e que a qualidade da carne é uma das suas características diferenciadoras. A promoção deste concelho de montanha, onde a maioria da riqueza produzida vem da pastorícia, deverá, então, explorar as qualidades da raça autóctone. Este é, sem dúvida, o melhor argumento para uma promoção, que se deseja de sucesso.

#### **5.4. Aspetos Sociais e Históricos**

O Barroso organizou os seus processos de produção em função da incapacidade/capacidade de relação com o espaço que lhe era próximo. Até anos 30 do século XX, esta região encontrava-se de alguma forma isolada. A deslocação para algumas aldeias era apenas possível através de caminhos de pé posto ou a cavalo, sendo muito difícil desenvolver relações de mercado.

Já na década de 70, do século XX, a maioria da população vivia da pecuária e da agricultura, estando as práticas e hábitos alimentares ligadas às tarefas agrícolas e atividades

festivas. Era, portanto, uma sociedade agropastoril, que vivia num regime de grande autarcia e que procurava resolver localmente a satisfação das suas necessidades: a alimentação, o vestuário, a residência e o aquecimento.



Figura 15 - Atividades Laborais: Carradas do Centeio (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Neste tempo as relações económicas com o espaço exterior realizavam-se, maioritariamente, através da emigração e da venda de vitelos. A emigração teve como consequência um decréscimo demográfico que economicamente não teve grande expressão a nível local. Tal facto pode ser explicado por não haver um grande retorno de capital dos emigrantes, a não ser numa ou outra construção urbana ou na resolução de potenciais problemas derivados das heranças e das falências familiares.

Apesar de tudo, a valorização dos vitelos, sob a designação da carne barrosã, proporcionou a entrada do Barroso nos circuitos comerciais. Assim, os vitelos partiam para zonas do litoral, onde se processava a engorda antes do embarque. O destino final era a Inglaterra, principal importador da carne do Barroso. Pelo facto de o local onde os vitelos passavam os últimos tempos em território nacional ser a Maia, era habitual designá-la como a carne da Maia. Contudo, o Barroso não se especializou nesta atividade económica, dada a preocupação que tinha em satisfazer as necessidades locais. Já o gado bovino foi assumindo um

particular destaque, pois assumiu os sistemas de produção agrícola e a organização do aproveitamento pastoril do monte.

No momento presente assiste-se à transferência da gastronomia e culinária típicas do ambiente rural para o ramo da restauração, com intenção de transformar as iguarias tradicionais em produtos cada vez mais procurados por turistas. No entanto, verifica-se a preocupação de manter os alimentos pouco ou nada processados, conservando a sua autenticidade.

As relações no campo foram, até ao século XX, pautadas pela coletividade entre familiares, amigos e vizinhos, num espaço de manifestações culturais e religiosas. Os encontros comunitários eram essencialmente funcionais, mas acabavam por fortalecer os laços de amizade. As divisões de trabalho entre sexos e faixas etárias eram fundamentais para a conservação dos costumes quotidianos de sobrevivência nas aldeias.



Figura 16 - Tradicionais Almoços da “lavoura” (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

Com a difusão da industrialização, o progresso nas redes de transporte e o aumento do poder de compra, os sistemas económico nacional e regional evoluíram e a população começou a ter um consumo alimentar mais diversificado.

Os movimentos migratórios, que tiveram o seu auge nas décadas de 1970/80, desencadearam novos modos e práticas alimentares e permitiram a adoção de novos traços e particularidades nas casas e cozinhas das aldeias do Barroso. Em sentido inverso, determinadas práticas e utensílios alimentares foram abandonadas ao longo dos tempos.

A revolução agrícola, ocorrida a partir de 1980, intensificou a mecanização do campo, a expansão urbana e a difusão dos meios de comunicação, passando a ocorrer transferências

entre os espaços rurais e urbanos nos mais diversos aspetos. Com a culinária não foi diferente: foi transformada, readaptada e transferida, tornando-se também objeto de turismo.

Observando a construção histórica da culinária notam-se aspetos evolutivos na cozinha barrosã, a nível simbólico e técnico. Atualmente, o típico regional está saudosisticamente associado ao ambiente rural de outrora.

No caso de barroso, culinária continua a ser bastante semelhante há de antigamente - o preparo é realizado com os mesmos ingredientes, mas agora com técnicas e mediações diferentes. As casas rurais modernizaram-se e estão repletas de inovações tecnológicas: o cozido e o assado são agora feitos no fogão a gás ou eletricidade e os alimentos são conservados em frigoríficos e arcas.

## **5.5. Produtos Gastronómicos do Barroso**

A comida é um meio de afirmação de identidades e posições sociais, o que pode ser percepcionado na forma como os produtos são cozinhados e consumidos, nos pratos e restaurantes escolhidos, na seleção das bebidas, entre outros.

No que se refere aos pratos cozinhados pelos restaurantes, a cozinha regional impera, como refere Saramago (1999: 23): “ O consumo de certos pratos e a execução de determinadas receitas têm, de facto, o valor de um verdadeiro culto de origens. Isto verifica-se, provavelmente, para cada família, para cada aldeia, porque cada família e cada aldeia deve construir, através de atos que dizem respeito à vida quotidiana, uma continuidade e permanência própria. A alimentação assume uma importância simbólica decisiva em sociedades como as atuais, em que todos os outros laços tradicionais foram destruídos. Isto pode explicar o atual sucesso das cozinhas regionais, a utopia rural, se não popular. A cozinha regional de Trás-os-Montes permite aos transmontanos que aí vivem e, principalmente, àqueles que estão fora da província e do país inserirem-se num passado transmontano através de um mito gastronómico”.

A gastronomia é uma das mais-valias desta região pela qualidade dos produtos aqui produzidos. Contudo, os serviços ficam muito aquém do esperado. É, portanto, fundamental apostar na formação profissional nesta área, de forma a dar resposta às exigências de um fluxo turístico de qualidade.

Ainda no que diz respeito à gastronomia, os pratos mais representativos de Montalegre e de Barroso são:

<b>Cozinha Regional</b>
<b>Sopa</b>
Caldo do Lavrador Sopa de Pedra Sopa de Ortigas
<b>Carne</b>
Cozido à Barrosã Posta à Barrosã Costeleta à Barrosã Vitela à Barrosã Cabrito assado Arroz de cabidela Feijoada à Transmontana Cabrito estufado Javali com Batata cozida Coelho e perdiz do monte
<b>Peixe</b>
Trufa grelhada Trufa recheada com presunto Bacalhau assado na brasa Bacalhau recheado com presunto

Por sua vez, no que diz respeito às sobremesas, o concelho não tão conhecido quanto pelos pratos anteriormente referidos. Mas pode-se destacar o queijo com doce de abóbora e o bolo de castanhas, como as iguarias mais “tradicionalistas”.

Relativamente à restauração denota-se que deverá haver alguma intervenção nos níveis de qualidade, para que se possam oferecer melhores serviços aos consumidores. Trata-se de tentar estruturar a oferta da restauração através de uma homogeneização de serviços, como as ementas e os preços. Também durante a realização de grandes eventos em Montalegre são

notados alguns constrangimentos ao nível da capacidade de resposta dos restaurantes. Tal deve-se à dificuldade de sentar muita gente e servi-la bem.

## **5.6. Receitas Gastronómicas Tradicionais de Montalegre**

Como já foi referido anteriormente, a gastronomia e as práticas culturais associadas constituem-se como um dos patrimónios que caracteriza a identidade cultural de Barroso. Apesar dos efeitos da globalização e das migrações, ainda hoje se presenciavam algumas práticas e saberes culturais gastronómicos.

Quando se fala de uma determinada prática gastronómica, além de se descrever todo o seu processo prático ou o designado “saber-fazer” gastronómico, está-se também a contextualizar histórica e anualmente essa determinada prática. Além disso, retrata-se uma tradição cultural repleta de significados e simbolismos sociais, razão pela qual se desenvolveu este trabalho de investigação, uma etnografia sobre algumas das receitas gastronómicas tradicionais de Montalegre.

Foi também referido que presentemente o turismo encontra-se cada vez mais competitivo e portanto, é necessário apresentar produtos turísticos inovadores, diversificados e, sobretudo, autênticos. É neste último ponto que a gastronomia barrosã e as suas práticas culturais podem marcar a diferença relativamente a outros destinos turísticos. Nesse sentido, a etnografia sobre as receitas tradicionais gastronómicas torna-se extremamente importante pois envolve o processo de valorizar, preservar e divulgar o património gastronómico da região.

Relativamente à obtenção das informações para este tema de investigação, a recolha de informações foi feita em quatro aldeias do concelho de Montalegre - Castanheira Chã, Pitões das Júnias, Vilar de Perdizes e Paredes do Rio - e nas vilas de Montalegre e Salto. Tal opção deveu-se ao acompanhamento de algumas das iniciativas e eventos culturais organizados pelo Ecomuseu de Barroso nessas aldeias. Para além disso, enquanto residente da aldeia de Castanheira da Chã, o acesso a informação foi facilitado. Para recolher as informações utilizaram-se as entrevistas semi-dirigidas e as conversas informais.

O Ecomuseu de Barroso foi um dos locais fundamentais para a obtenção de informação. Quanto à informação recolhida junto de informantes (que, na maioria, decidiram manter o anonimato, esta foi da maior importância).

### **5.6.1. Entrudo e Ciclo da Páscoa**

Estas duas épocas estão ligadas pelo princípio da contradição. O Entrudo simboliza a abundância e o vigor que antecedem o jejum e o espírito funerário e de penitência da Quaresma, em que as Endoenças de todas as quintas-feiras, sextas-feiras, sábados e domingos tinham a missão de recordar os suplícios que Cristo sofreu. Por sua vez, a Páscoa volta a inaugurar a abundância, o florescer humano paralelo ao natural. Apesar da marca pagã do Entrudo e cristã da Quaresma e Páscoa, este ciclo de abundância-privação é uma reprodução dos ciclos naturais nascimento-crescimento-morte. Na Quaresma realizava-se a Encomendação das Almas à noite, o que tornava o ritual fantasmagórico. E era normalmente nas encruzilhadas e nos largos, ao pé dos cruzeiros, que se rezava pelas almas do Purgatório.

Foi a partir do século XIX que o Entrudo passou a ser conhecido como Carnaval nas cidades. Os seus excessos foram sendo conhecidos e apreciados por todos os cantos do mundo.

Em algumas aldeias do concelho de Montalegre, o Entrudo é conhecido como “serrada da velha” e realizava-se na quarta quarta-feira do mês de fevereiro. Durante esse momento, os jovens da aldeia envergavam ao pescoço chocalhos de vacas (geralmente bastante grandes) e andavam pela aldeia a “serrar” os mais velhos, como forma de lhes lembrar a condição de velhos. Noutras aldeias do concelho, sobretudo nas aldeias do rio, como Covelães e Travassos do Rio era habitual fazerem um Entrudo de palha e roupa velha, que depois era queimado ao anoitecer, num local previamente marcado. Já durante o cortejo fúnebre as pessoas gritavam e choravam, como forma de pesar, em tom de brincadeira deitavam farinha uns aos outros.

De seguida abordar-se-ão diversas receitas gastronómicas tradicionais de Montalegre, fazendo referência às épocas do ano em que são típicas (quando se aplica), bem como ao seu nome e a algumas tradições e particularidades. Assim, no que diz respeito ao Entrudo:

- Nome: **Merenda de chouriças assadas**

Descrição: A merenda de chouriças assadas era feita no dia de Domingo Gordo pelos pastores dos rebanhos das aldeias. Os donos dos rebanhos ofereciam aos pastores do seu rebanho, nesse dia, um farnel, que era partilhado no monte entre todos os pastores. Estes juntavam o rebanho e confraternizavam entre si, comendo e bebendo o que traziam no farnel. Alguns jovens iam depois ter com os pastores ao monte e tinham direito a provarem do farnel.

- Nome: **Chouriça assada na brasa**

Receita: A chouriça é um enchido de carne e gordura de porco de raça bisara ou produto do cruzamento desta raça com 50 % de sangue bisaro, cheio em tripa fina (intestino delgado do porco), devidamente condimentada com sal, alho, vinho tinto ou branco da região de Trás-os-Montes, colorau picante e/ ou colorau doce. Após estarem cinco a oito dias em sorça (tempo necessário que a carne fica a marinar, para tomar gosto), as tripas são enchidas e colocadas na lareira ao fumo, de forma a serem secadas e curadas.

Para saber mais: No Barroso existem diferentes tipos de chouriças: a de sangue (sangueira ou moura), a de abóbora e a de farinha (designada farinheira). Embora a confeção varie significativamente de aldeia para aldeia, a chouriça de sangue é confeccionada com carnes de porco (pulmões, coração e carne entremeada, ou seja, carne gorda e magra) e com sangue do porco. A chouriça da abóbora tem como ingredientes principais a abóbora, carnes idênticas à sangueira e, em algumas aldeias (como na aldeia de Tourém), é frequente deitarem uma pequena porção de nabo. Além destes ingredientes, em Pitões das Júnias era frequente deitarem arroz cozido. Por fim, temos a farinheira, temperada com farinha e carnes de porco.

- Nome: **Ceia (jantar) do Entrudo**

Descrição: A ceia do Entrudo é composta, essencialmente, por carne de porco. É neste dia que é cozida a Orelheira, bem como a queixada de porco. É acompanhada por cozidos como cenouras, feijão e couves da horta. O arroz é feito com a água que serviu para cozer a orelheira e a queixada.

- Nome: **Orelheira de porco**

Receita: Antes da orelheira ser colocada a cozer é posta em água, a demolhar, de forma a sair o sal em excesso. Coze-se à parte o feijão em água e sal, juntando-se chouriço em pedaços, no fim da cozedura. A orelha cortada em pedaços é colocada num refogado de azeite e cebola, juntando-se depois o feijão com a chouriça e alguma água da cozedura. Finalmente tempera-se com louro, pimenta e sal.

- Nome: **Focinho de porco**

Receita: Após o focinho ser colocado a demolhar em água, para sair o excesso de sal, é colocado num pote a cozer.

- Nome: **Rojões**

Receita: Carne do lombo, costelas, soventre ou redenho do porco cortado em cubos, temperado com banha, alho e sal rijados. Come-se com batatas cozidas ou rijadas. Costumava-se colocar a banha do porco - que tinha sido derretida num pote, em lume brando - sobre os rojões para os conservar; depois dos rojões estarem rijados, colocam-se num púcaro de barro e são regados até ficarem completamente cobertos com o adubo (gordura) que largaram ao rijar. Deixa-se arrefecer e logo que estejam frios tapa-se o púcaro e conservam-se em local fresco. Este tipo de conserva resiste durante seis meses.

Uma outra receita que se aplica aos rojões no Barroso utiliza o mel, dos mais antigos e valorizados produtos locais. Assim, quando os rojões se encontrarem já rijados e frios, põem-se num púcaro de barro e cobre-se com mel (líquido). Se o mel estiver cristalizado coloca-se junto à lareira, não devendo ficar muito exposto à ação do calor. Guardam-se em local fresco.

Para saber mais: O adubo (gordura) que os rojões largam ao serem rijados é aproveitado. É deste adubo que se faz a banha e, para isso, basta coar a gordura ainda quente (no estado líquido) para um púcaro (recipiente) de barro e logo que se encontre frio (já no estado sólido), o púcaro é devidamente tapado e guardado em local fresco. Esta banha é utilizada para fritar peixe e carne, nos assados, estrugidos, sopas, etc.

- Nome: **Chouriço de farinha ou farinheira**

Receita: Feito atualmente com carne entremeada do porco e temperadas, consoante a região, com colorau, massa de pimentão, vinho e, em certas zonas, com sumo de laranja.

Para saber mais: A tradição cultural da região conta que foi mais um subterfúgio judaico (além da alheira) para fingir consumir carne de porco, sendo que dentro da tripa do chouriço de farinha se colocava farinha, daí a sua nomenclatura. Refira-se que a carne de porco foi um alimento condenado também no antigo Egito, por exemplo. Comem-se assadas, fritas ou no cozido à portuguesa.

- Nome: **Bucho de porco**

Receita: Bucho (estômago) de porco com enchimento. Comia-se em fatias, como sobremesa.

Era posto ao fumo com palha dentro, pela altura da matança do porco. No Entrudo, enchiam-no, então, com chouriça cortada, pão, ovos e açúcar. Era cosido com uma agulha, e punha-se num pote, bem tapado, para cozer. Para o bucho não rebentar envolvia-se num pano fino (muitas vezes em linho, material autóctone).

### **5.6.2. Sábado “filhoeiro”**

- Nome: **Sábado “filhoeiro”**

Descrição: Este Sábado é o que antecede o 1º Domingo antes da Quaresma. Neste dia, para impedir simbolicamente que os ratos comessem o centeio plantado, faziam-se as filhós que deram o nome ao dia. Estas filhós podiam ser confeccionadas de duas formas: uma delas era com sangue do porco obtido na matança do porco, que era guardado e mexido todos os dias; a outra era com farinha e leite.

- Nome: **Filhós fritas**

Receita: Havia duas formas diferentes de as confeccionar: misturar ovos, água e farinha de milho ou centeio e sal; ou, então, sangue, alho, sal e farinha de trigo, milho ou centeio. Fritam-se numa frigideira própria, denominada de sertã, de forma retangular (pode ver-se um exemplar no Pólo do Ecomuseu Casa do Capitão, em Salto) ou redonda.

- Nome: **Filhós de sangue**

Receita: No dia da matança do porco tempera-se o sangue com dois dentes de alho picado aos bocadinhos e o sal (esta mistura chama-se moada), ficando assim durante dois dias. Deve ter-se o cuidado de se mexer de vez em quando. Ao fim dos dois dias, coa-se o sangue. Num alguidar mistura-se a farinha desfeita no leite, com o sangue, os ovos e uma pitada de sal e mexe-se bem. Faz-se uma boneca com um bocadinho de pano que vai servir para untar a sertã ou “caçoila”. Para se confeccionarem usa-se a sertã de ferro e por perto tem-se o púcaro de banha (pingo), de forma a se poder untar a sertã. Leva-se a sertã a aquecer e unta-se com a boneca de pano, que se molhou anteriormente na banha ou “pingo”. Aquece-se novamente a sertã e com a concha da sopa, com uma tigela ou a colher que se usava para comer o caldo, deita-se um pouco de massa, inclinando para um lado e para o outro a sertã de modo a que a massa cubra totalmente o fundo da sertã, ficando assim uma camada muito fina. Depois de cozida cada filhó, coloca-se num prato, ficando umas sobre as outras, à medida que se vão fazendo.

Para saber mais: O sangue para confeccionar as filhós era guardado, propositadamente desde o dia da matança, para esta ocasião, sendo mexido todos os dias. No dia da matança algum do sangue era também dado aos mais pobres com um pedaço de gordura e o fígado do porco.

### **5.6.3. Almoço de Quaresma (jejum)**

- Nome: **Almoço de Quaresma (jejum)**

Descrição: Na época quaresmal a dieta mudava devido aos preceitos da religião cristã: a antecipação da morte de Cristo era recriada através do sacrifício do corpo. Esta é a base do jejum e da abstinência (aplicável a quem tivesse entre 7 e 60 anos), que em tempos recuado, se iniciou com a abstenção de consumo de carne, por ser o alimento mais caro e prezado devido às propriedades energéticas e de sabor. Também no Barroso se abstinha de comer carne quem podia consumi-la, uma vez que apenas os mais abastados a tinham à disposição frequentemente.

- Nome: **Batatas com cebola, sardinha, bacalhau e hortaliça**

Descrição: Todos os ingredientes costumavam ser comer cozidos, sendo que as sardinhas poderiam ser também fritas ou assadas.

#### **5.6.4. Páscoa**

Por sua vez, após o acompanhamento simbólico da alimentação regrada da Paixão e da morte de Cristo na Quaresma, no dia de Páscoa a abundância manifesta a alegria com a Ressurreição. Neste dia consumia-se muita carne, com relevância dada à de carneiro ou anho, pela identificação com a do animal que representa o sacrifício de Cristo pela Humanidade. Na altura em que o compasso pascal chega a cada casa é oferecida a mesa, ou seja, as iguarias confeccionadas para esta época: aletria, rabanadas, pão de ló, vinho e jeropiga. Assim, no que diz respeito à Páscoa importa referir:

- Nome: **Almoço (antigo jantar)**

Descrição: Acabado o jejum e a abstinência quaresmal colocava-se uma mesa farta e surgia de novo a carne. Como em todas as ocasiões festivas, além da abundância geral de alimentos, a ocasião era marcada pela presença dos doces, que eram alimentos de luxo.

- Nome: **Carne guisada com batatas cozidas**

Receita: Carne guisada com batatas cozidas. A carne podia ser de cordeiro, vitela ou cabrito.

Para saber mais: A carne de porco não se costuma consumir no dia de Páscoa, dada a tradição judaica da comemoração da Ressurreição.

- Nome: **Folar de carne ou bola**

Receita: Corta-se a cebola e a chouriça às rodelas finas e a carne da peça de porco e, numa variante mais abastada, bifinhos de vitela aos quadrados. Deita-se a massa de pão de centeio no tendal (balcão de amassar) quando esta estiver já levedada. Amassa-se a massa, dando-lhe algumas voltas para que esta fique macia, espalma-se e dá-se-lhe uma forma circular. Coloca-se por cima a chouriça e a carne alternada e cobre-se com as rodelas de cebola. Dobra-se a massa

a meio, amparando uma das partes (a metade) que vai ser dobrada (sobreposta) para que o recheio não caia. Por fim unem-se os bordos, repuxando a massa de baixo para cima, calca-se com os dedos, pica-se o foliar com um trocho (pau) de lenha e por cima do foliar coloca-se a banha aos bocadinhos alternados. Coze em forno aquecido com lenha.

Outra receita diz que: Na masseira, deita-se uma parte da farinha peneirada, abre-se uma cova ao meio e desfaz-se o fermento do padeiro misturado com fermento do pão, em água morna e mistura-se a farinha. À parte aquecem-se os ovos, num alguidar com água morna. Junta-se-lhe os ovos, um a um. Faz-se uma calda de azeite e manteiga, aquecendo-se para derreter. Esta calda junta-se à farinha, amassada com o fermento e com as mãos vai-se envolvendo a gordura até ficar bem absorvida e muito bem batida. Aos pouco, com as mãos, vai-se acrescentando a restante farinha e bate-se muito bem. Agasalha-se a massa com um pano de linho e cobertores de lã e deixa-se “dormir” para levedar. Entretanto, acende-se o forno de lenha que, com a sua quentura, também vai ajudar a massa a levedar mais rápido. Rapa-se o forno e prepara-se para que os folares fiquem bem cozidos. Quando a massa estiver lèveda, estende-se em cima da masseira, bolo a bolo, corta-se a linguiça, o salpicão em rodela e o presunto e a carne gorda da “pá do porco” em bocados pequeninos. Coloca-se na massa de uma forma habilidosa e com algum segredo. Cobre-se com outra parte, volta a colocar-se a carne e, no final, enrola-se com muito cuidado, unem-se as bordas, colocam-se sobre um papel e vai ao forno a cozer.

Para saber mais: Além deste foliar salgado existe o foliar doce, espécie de regueifa. No entanto este foliar de carne é o costumeiro em Trás-os-Montes, e não o doce. Até meados do séc. XX dava-se um foliar ao padre, no entanto, essa tradição foi substituída pela oferta de dinheiro, que visava cobrir as despesas cultuais e de desempenho das funções sacerdotais. Por foliar era também designado o presente que os padrinhos davam aos afilhados.

- Nome completo: **Pão de ló ou pão leve**

Receita: Ovos, açúcar e farinha que, depois de misturados, vão a cozer no forno.

Uma receita de Pão de Ló do séc. XVII indica deste modo: Tomarão um arrátel (459 gramas) de açúcar limpo e se deitará em um tacho e lhe deitarão em cima do açúcar quinze ovos, e se baterá com batedor ou colher muito bem até que fique grosso, e tanto que estiver grosso se mandará saber ao forno se está preparado e então se lhe deitarão três quartas de farinha em pó pesada e se tornará a bater muito bem, que se não deixe assentar a farinha no fundo; e tanto

que estiver bem batido, se deitará na bacia, ou no que houver de ir ao forno, batendo-lhe sempre no fundo até que entre no forno, para não assentar a farinha.

Para saber mais: Acreditava-se no Barroso que se uma mulher menstruada batesse o pão-de-ló este não crescia. A mulher menstruada provocava este e outros males (agravar uma ferida se para ela olhasse, azedar o vinho se entrasse numa loja onde o houvesse ou o estivessem a fazer. Tratava-se do “ar de mulher c’o mês”.

#### - Nome: **Bolos de bacalhau**

Os bolos de bacalhau permitiam que se rentabilizasse o peixe, uma vez que se usava desfiado e misturado com batata, cebola e ovos com fritura final. A batata é um produto autóctone e de fácil acesso, pelo que seria o componente principal destes bolos.

Receita: Para a realização de bolos de bacalhau são necessários os seguintes ingredientes: bacalhau grosso, batatas, ovos, cebola média, ramo de salsa picada e pimenta. Cozem-se as batatas com o bacalhau. Depois de cozido, escorre-se tudo muito bem. O bacalhau limpa-se de peles e espinhas e embrulha-se num pano, fazendo uma bola, e esfrega-se e aperta-se sobre a mesa, até ficar desfeito. As batatas, depois de escorridas, põe-se novamente na panela, onde vão ao lume para ficarem bem secas. Passam-se então pelo passe-vite. Junta-se as batatas ao bacalhau, a cebola e a salsa, mexe-se bem e tempera-se com pimenta. Seguidamente juntam-se os ovos e amassa-se tudo muito bem. Moldam-se os bolinhos com a ajuda de 2 colheres de sopa e fritam-se em óleo bem quente.

#### - Nome: **Aletria**

Receita: Após ligeira cozedura em água (uma canada = 2 litros), a aletria é passada por água fria até arrefecer. Num tachinho põe-se água, açúcar, limão e a canela em pau, deixando ferver até o açúcar ficar em ponto (que agarre os dedos). Lança-se nesta calda a aletria para acabar de cozer ao paladar de cada um: muito ou pouco cozida. Sai do lume, onde torna novamente, depois de se lhe misturarem as gemas batidas, mas sem deixar ferver e, mexendo sempre, a fim de evitar o cozimento dos ovos. Ao ser colocada na travessa, com a ajuda de um garfo, levanta-se a aletria para a soltar de maneira a que dê ideia de fios de ovos. No final polvilha-se com canela em pó.

- Nome: **Rabanadas**

Receita: Pão do dia anterior passado em leite quente e frito em seguida em azeite. Leva-se o leite a ferver com duas colheres de sopa de açúcar e a casca de limão. Batem-se os ovos muito bem, de modo que a clara fique imperceptível. Corta-se o pão em fatias com cerca de 1,5 cm e passam-se primeiro pelo leite e, depois, pelos ovos. Fritam-se em azeite bem quente e escorrem-se sobre papel absorvente ou sobre um pano. Servem-se polvilhadas com açúcar e canela ou com calda de açúcar. Esta sobremesa permitia aproveitar o pão duro. Em sociedades em que conseguir alimento era uma tarefa árdua o aproveitar de todas as sobras era vital.

Para saber mais: Neste adágio referente aos trabalhos agrícolas realizados ao longo do ano note-se que a vindima encerra o conjunto de tarefas mais importantes: "outubro resolver, novembro semear, dezembro nascer, janeiro gear, fevereiro chover, março encanar, abril espigar, maio engrandecer, junho ceifar, julho debulhar, agosto engavetar, setembro vindimar".

- Nome: **Geropiga ou jeropiga**

Receita: Vinho licoroso que se consegue a partir de mosto de uva, depois de adicionar aguardente de vinho no início da fermentação. Esta quantidade está calculada para não permitir que a fermentação continue. Numa talha de barro, preto ou vidrado, colocam-se o mosto das uvas, aguardente e uns paus de canela. Depois de mexer repousa entre 4 e 5 dias para ficar límpida. Armazena-se depois em garrafas.

Para saber mais: A geropiga consumia-se tradicionalmente no dia de S. Martinho, no entanto, era bebida que estava sempre presente ao longo do inverno para aquecer. A percentagem de aguardente dita o teor alcoólico.

- Nome: **Bica de ovos**

Receita: Ovos e sal, aos quais se podia juntar salsa.

Para saber mais: Note-se que os ovos eram consumidos sobretudo nas épocas festivas ou quando a saúde estava em risco, uma vez que eram valiosos para uso nas trocas diretas por sabão, petróleo, fósforos e azeite. A troca por este último produto evidencia a fraca produção de azeite da zona (reduzindo-se essencialmente a Fafião e Cabril), que mal dava para suprir o

consumo interno. O calão dos mendigos chamava arioso ao sal, aludindo à sua composição, em grãos.

- Nome: **Pão de centeio**

Receita: O Pão Centeio é cozido no forno a lenha e a sua cozedura tem que ser elaborada com paciência, porque a massa quando se estende deve descansar devidamente. Junta-se a farinha com água, uma pitada de sal e o fermento do pão, que fica sempre de uma fornada para a outra. Bate-se bem e deixa-se levedar ou dormir porque ele precisa de descansar; mas antes faz-se sempre uma reza à Virgem Maria. Enquanto se aquece o forno com a lenha seca, até o fundo ficar branco, estende-se o pão, fazendo bolas pequenas. Coloca-se em cima da pá para empurrar para dentro do forno. O que lhe dá a cor é o calor e este varia de acordo com a colocação mais ou menos próxima da porta ao forno. Por isso, durante esse período deverá estar-se atento. No final bate-se no fundo do pão para saber se ele está cozido. Há quem coma o pão depois de sair do forno, partido aos nacos com azeite da casa e açúcar.

Para saber mais: Se empreender a Rota do Pão Centeio, que começa em Chaves e passa por Meixide, Vilar de Perdizes, Solveira, Santo André, Gralhas, Padornelos, Montalegre, Cambezes do Rio, Paredes, Parada, Outeiro, Parque Nacional da Peneda-Gerês, Vilarinho-Seco, Castros de Outeiro e de Lesenho, Boticas, Sapiãos, Bobadela, Nogueira e termina em Ardã, ficará com uma perspectiva do património associado à feitura do pão de centeio. Os fornos comunitários são dos equipamentos com maior relevo neste processo, a par das eiras e dos canastros.

- Nome: **Chouriça de porco**

Receita: A chouriça é um enchido de carne e gordura de porco de raça bisara ou produto do cruzamento desta raça com 50% de sangue bísaro, cheio em tripa fina (intestino delgado do porco), devidamente condimentada com sal, alho, vinho tinto ou branco da região de Trás-os Montes, colorau picante e/ ou colorau doce. Após estar de cinco a oito dias em sorça (tempo necessário que fica a marinar a carne, para tomar gosto), as tripas são enchidas e colocadas na lareira ao fumo, de forma a serem secadas e curadas. No Barroso existem diferentes tipos de chouriça: a chouriça de sangue (sangueira ou moura), confeccionadas com nabos, carne, sangue, farinha e em alguns locais, como Pitões das Júnias, arroz cozido; e há ainda o chouriço de abóbora, cuja confeção se baseia nesse vegetal, que é de conservação reduzida.

- Nome: **Entremeada de porco**

Receita: Entremeada de porco frita, assada ou cozida. A entremeada é a carne da barriga do porco ou reco, também chamada de barriga. A carne mais gorda é entremeada ou intercalada pela carne mais magra.

- Nome: **Vinho do Barroso**

Receita: As uvas frescas ou o mosto de uvas sofrem uma transformação biológica dos açúcares dos mostos em glicerina, etanol e diversos outros componentes: a fermentação. Esta reação é causada pelas leveduras das uvas ou por outras adicionadas. Estas leveduras são também responsáveis pelo sabor e pelo cheiro ou aroma do vinho. O vinho tinto obtém a cor da casca das uvas escuras; na vinificação do branco, as cascas são retiradas de imediato e a fermentação processa-se a temperaturas mais baixas; já o rosado ganha a sua cor ao ser vinificado com a tecnologia do vinho branco, mas com uvas escuras, que sofrem um ligeiro esmagamento juntamente com a casca da uva, para o líquido ganhar a cor rosada. O vinho do Barroso é essencialmente verde, com um nível de ácido mais acentuado, que torna a presença de açúcar menor.

Para saber mais: No Barroso, particularmente na zona de Boticas, existe um tipo de vinho envolto em lenda: o “Vinho dos Mortos”. O nome provém do facto de se ter enterrado o vinho aquando das segundas Invasões Francesas (1807) e, ao desenterrar após a ameaça das pilhagens ter passado, o sabor tinha-se alterado, ganhando particularidades até então desconhecidas na zona. Note-se que o recurso de esconder bens debaixo de terra é tão antigo como a Humanidade e durante as Invasões Francesas em Portugal escondiam-se bens materiais, como objetos em ouro e prata em cidades e bens alimentares como vinho e cereais nos locais de maior ruralidade. Atualmente este vinho tem pouca produção, restringindo-se a poucos agricultores que o fazem nas encostas de Boticas e da Granja.

### **5.6.5. Dia da Malhada**

Abordar-se-ão, de seguida, algumas das tradições do Dia da Malhada. O sistema utilizado nas malhadas era o de “tornar o dia”, ou seja, pagava-se o trabalho retribuindo com a participação na malhada de quem tinha ajudado. Assim, não se pagava a jeira aos trabalhadores. O dono do cereal que era malhado na eira oferecia aos trabalhadores comida e bebida constantes, abundantes e da melhor qualidade. No entanto, Tourém é uma exceção a este costume, já que não se usava dar a comida aos trabalhadores. cada um ia comer a sua casa.

#### **- Nome: Mata-bicho**

Descrição: Era a comida que se fazia logo no início da manhã, após a primeira fase da malhada. Depois do mata-bicho, de cima de uma meda, gritavam “à eira!” para começarem a malhar.

#### **- Nome: Ensopado de bacalhau**

Receita: Bacalhau no tacho em lascas com alho, cebola, tomate, vinagre, farinha, água e batatas em rodelas.

#### **- Nome: Cabra ou ovelha guisada em pote**

Receita: Prato muito comum entre as comunidades de montanha, que utiliza os animais de pasto de menor dimensão e, portanto, mais baratos. A versão mais conhecida deste guisado é a chanfana, em que a cabra é guisada com vinho tinto. Este género de guisados utiliza a cabra velha.

Para saber mais: O guisado era uma forma de confeção de alimentos muito recorrente nos trabalhos agrícolas comuns, que implicavam muitas bocas, porque os ingredientes eram cortados em pequenos pedaços e rendiam mais.

#### **- Nome: Sopas de burro cansado**

Receita: Pão de trigo, de centeio ou de broa de milho esfarelada, vinho quente e açúcar ou mel misturados, formando como que uma papa. Demolhava-se o pão no vinho adoçado.

Para saber mais: Estas sopas são especialmente energéticas, pelo que eram também dadas às crianças, nas épocas do ano mais frias e quando estavam constipadas, para conservarem o calor do corpo. Comiam-nas frequentemente os homens nas zonas rurais do Norte, por se acreditar que o seu consumo conferia força constante. Em várias zonas do País têm também o nome de sopas de cavalo cansado.

- Nome: **Arroz de cabidela**

Receita: Feito com frango ou galinha, o ingrediente principal é o sangue, fluido muito apreciado no âmbito rural, pelo sabor e energia que confere. Para além disso é confeccionado com azeite, cebola e alhos picados (para o pote). Junta-se a galinha partida aos bocados, chouriço e louro. Refoga-se, tempera-se com sal e deixa-se apurar. Cobre-se a carne com água quente e deixa-se cozer. Quando a galinha estiver cozida, retira-se e faz-se o arroz no caldo. Uns minutos antes de o arroz ficar pronto, junta-se o sangue da galinha (bem envinagrado), mexe-se, deixa-se apurar e junta-se a carne.

- Nome: **Galo estufado**

Receita: Galo partido em pedaços temperado com sal, alho e vinho. Coloca-se no forno com batatas e cebolas, num recipiente barrado com unto/ gordura de porco ou, mais raramente, com azeite.

Para saber mais: O galo foi, em várias culturas (como algumas africanas), animal sagrado, símbolo solar e oferecido em sacrifício. Devido ao seu simbolismo, o seu consumo era reduzido. A superstição indicava, por estas razões, que matar um galo dá azar. No Barroso, o galo tem um ritual de morte característico, no contexto do Entrudo, altura em que algumas aldeias fazem um testamento que lhe antecede a morte por decapitação.

- Nome: **Filhós lêvedas**

Receita: Dentro de uma caldeira, dissolve-se o fermento com água. Juntam-se ovos, farinha triga e milha e amassa-se bem. Deixa-se levedar. Unta-se uma sertã com uma “boneca” ou “moca” de pano embebida em unto ou azeite. Coloca-se a massa e corta-se a mesma em partes. Depois de estarem cozinhadas de um lado, viram-se para cozerem também do outro. Tiram-se para um prato e comem-se frias.

Para saber mais: Foi uma sobremesa mais confeccionada em dias festivos (Carnaval, Páscoa, Natal, Malhada), mas que nas casas mais abastadas se consumia com alguma frequência.

- Nome: **Rabanadas**

Receita: Põe-se leite num prato fundo. Noutro prato mistura-se açúcar e canela. Parte-se o pão duro em fatias espessas e molha-se no leite. Põe-se a fritar em azeite, deixando alourar dos dois lados. Passa-se depois pelo açúcar e a canela. Comem-se quentes ou frias. Uma outra receita de rabanadas utiliza o vinho num recipiente

#### **5.6.6. Mata-bicho**

Outras das tradições de destaque é o mata-bicho. Esta refeição equivale ao pequeno-almoço atual. Foi, no entanto, tomada a diferentes horas consoante a ocupação de cada pessoa. Por norma, o pastor tinha de sair mais cedo que o dono de uma casa de lavoura ou um carpinteiro, dado que o gado necessitava de bastante tempo para a pastagem. Nesse sentido, normalmente, um agricultor comia o mata-bicho por volta das 6h00. O seu nome deve-se à expressão popular de matar o “bicho” da fome, logo no início do dia. Por vezes o nome “mata-bicho” designa apenas o trago de aguardente matinal, que servia para aquecer o corpo, após uma noite fria e para preparar para o embate do frio da manhã.

Nesta refeição comiam-se apenas alguns dos pratos que a seguir se discriminam, sendo que não se confeccionavam todos em simultâneo.

- Nome: **Caldo de legumes**

Receita: Caldo de legumes ou de farinha do dia anterior; de que constava, normalmente, feijão, água, farinha de trigo e, por vezes, couves e um pedaço de gordura de porco.

- Nome: **Água quente ou “Auguinha”**

Receita: Unto (banha de porco) derretido que se deita em água a ferver dentro de um pote, juntamente com cebola e sal. Deita-se este líquido num recipiente (tigela), onde estão fatias de pão centeio.

Para saber mais: O unto é a gordura entre o soventre e o peritoneu. Costumava-se amassar em forma de bola, envolvida na pele de unto, atada e pendurada no fumeiro. Atualmente coloca-se um ovo sobre este preparado, mas no século XIX, os ovos eram uma preciosa moeda de troca direta de produtos, pelo que os menos abastados raramente os comiam.

### **5.6.7. Merenda**

Outro momento de grande relevância simbólica é a merenda. Atualmente o nome desta refeição corresponde ao lanche. Era realizada, durante a tarde, pelas pessoas que tinham possibilidade económica de o fazer. Os menos abastados comiam a merenda apenas nos dias de festas ou trabalhos extraordinários, como a Páscoa e os dias da Malhada e da Segada. Na merenda (ou bucha) comiam-se apenas alguns dos pratos que a seguir se discriminam, não todos em simultâneo.

- Nome: **Alheira**

Receita: A alheira é confeccionada com carne de aves (galo ou galinha velha), carne de vitela e coelho, pão de trigo, alho, sal, cebola, salsa, azeite, pimenta, colorau doce e picante. Posteriormente começou a inserir-se carne de porco. As carnes que se usam do porco são as magras e menos nobres: carne do pescoço, da cabeça, aparas que sobraram de outros enchidos, as aparas dos ossos da espinha dorsal (designados por ossos da suã), carne das costelas e afins. Todas as carnes são cozidas em conjunto. A tripa, onde se insere o preparado é do intestino delgado do porco; é lavada e impregnada de sumo de limão, alho e sal para conservar. O fumeiro é a fase final da preparação. Come-se frita ou assada na brasa.

Para saber mais: O nome de alheira provém do facto de se utilizar bastante alho na sua confeção. A lenda deste enchido diz que surgiu no fim do séc. XV, na zona do Nordeste de Trás-os-Montes, para ajudar os Judeus a fingir que consumiam enchidos (feitos com carne de porco),

mas com carne de aves no interior para não causar desconfiança aos perseguidores inquisitoriais.

#### **5.6.8. Ceia de Natal**

A Ceia de Natal é outra tradição portuguesa de destaque. É também designada como Consoada de Natal. As sobras comiam-se no dia 25 de dezembro (por vezes todas misturadas, formando a “roupa velha”) e havia o hábito de não levantar a mesa da ceia, por se acreditar que os anjos (ou os antepassados) viriam comer das sobras. Outro costume, mais vigente no Minho, era também pôr uma mesa mais pequena na Consoada para os defuntos comerem acompanhando a família. A abundância habitual e secular desta refeição deu origem ao provérbio: “Na noite de Natal nada faz mal”.

Os pratos e alimentos consumidos nesta altura foram variando, à medida que o poder económico ia subindo nas comunidades rurais e a família emigrada trazia consigo costumes de outras terras. Assim, começou a incluir-se o peru assado americano (comido no dia de Ação de Graças), por exemplo. É curioso verificar que, em outros tempos, a carne estava ausente da Consoada.

#### **- Nome:** Caldo

Receita: Coloca-se, numa panela alta, água, um naco de presunto e algumas batatas descascadas, para fazer um bom puré. Quando estas estiverem cozidas, amassam-se com a ajuda de uma escumadeira e um garfo. Juntam-se uns dez punhados de feijão vermelho, demolhados do dia anterior. Depois de estes estarem cozidos, junta-se à água da sua cozedura uma cebola às rodelas e uma cenoura aos quadrinhos. No caso de querer engrossar mais o caldo, adiciona-se um punhado de massa miúda. Verifica-se o sal, pois a água do presunto pode ser o suficiente para lhe dar sabor. Lava-se muito bem a couve troncha. Parte-se grosseiramente e coloca-se no caldo para cozer. Rega-se com um fio de azeite e deixa-se ferver. É servida nas malgas, mas tem a particularidade de ser mais saborosa no dia seguinte.

Para saber mais: Este era o tipo de caldo mais usual. No entanto, na ceia de Natal apenas consumiam caldo os menos abastados, que não tinham possibilidade de variar muito a dieta quotidiana.

### **5.6.9. Matança dos Porcos**

A Matança dos Porcos era outro momento de grande relevância no seio da cultura barrosã. A quantidade de porcos que se matavam, a qualidade e fartura dos jantares deste dia e as peças do porco que se ofereciam marcavam a hierarquia social. A bexiga do porco depois de limpa e cheia de ar servia de bola para as crianças brincarem neste dia de festa.

No dia seguinte à matança, depois da desmancha do porco, comiam-se as assaduras, isto é, febras assadas na brasa. As assaduras do lombo são depois cortadas em pedaços mais pequenos e colocam-se numa panela a ferver com banha (adubo ou pingo de porco). Guarda-se a carne completamente embebida em banha de porco num panelo. A carne conserva-se assim durante muitos meses para se ir consumindo.

Alguns dias depois da matança do porco comiam-se os ossos da assuã e rojões das tripas. Algum do sangue do dia da matança era também guardado para se fazerem as filhós no Sábado “filhoeiro” (Entrudo). Para assegurar a santa proteção na engorda ou ceva dos porcos invocavam-se os santos protetores - Santo Antão, Santo António e Santo Amaro.

O trabalho feminino relativo ao tratamento alimentar dos porcos até à altura da matança era referido em Trás-os-Montes , segundo o Padre João Martins Rodrigo (S/D; S/P): “O seu trabalho diário, invisível, está ali. Ali nesses animais gordos, banhudos, sonolentos, que vão ser acordados, abatidos, que depois lhe enchem, molduram e fartam a casa”. Acrescentava ainda relativamente à carne de porco: “é carne que dá para tudo, carne que se come de manhã à noite, crua, cozida, frita, assada na brasa, a rechinar e a pingar no pão” (*idem*).

#### **- Nome: Pequeno-almoço**

Descrição: O mata-bicho do dia da matança podia ser reforçado, uma vez que era um dia especialmente desgastante do ponto de que em termos de resistência física. A componente que estava sempre presente e que muitas vezes era o único do mata-bicho era a aguardente, que

aquecia e conferia ânimo imediato. Os restantes variavam de acordo com a época do ano e as possibilidades económicas de cada um.

- Nome: **Castanhas assadas, figos secos ou nozes**

Receita: As castanhas são golpeadas com a faca, polvilhadas com sal e colocadas no assador sobre as brasas. Depois de assadas podem ainda ser passadas na gordura quente dos rojões.

Para saber mais: O assador é um recipiente em barro ou folha com vários orifícios, por onde entra o calor e permite às castanhas pousar nas brasas sem arder. As castanhas assadas (ou cozidas) que já não tinham casca eram designadas como bulhós ou bilhós. Note-se que as castanhas foram as antecessoras da batata, sendo uma das bases alimentícias. O facto de se chamarem castanhas, castanhas da terra ou castanholas às batatas (a batateira era chamado o castanheirolo), e castanhas do ar às castanhas propriamente ditas, é um testemunho histórico-linguístico desta mudança nos hábitos alimentares. Em determinadas épocas de escassez e no século XVI, as castanhas chegaram mesmo a substituir o pão no norte do país, onde os castanheiros vingam melhor. Este fruto também servia para alimentar os porcos ou recos.

O período após a matança é também marcado por diversos rituais tradicionais. A seguir à matança do porco era necessário repor as energias despendidas; eram então cozinhadas partes do porco acabado de matar que, ingeridas com vinho, restituíam as forças. Após a matança realizava-se uma merenda, onde se serviam as partes mais perecíveis do porco, como as costeletas, febras, sangue cozido e os miúdos do porco (coração e fígado).

- Nome: **Sangue**

Receita: Sangue cozido comido com alho ou cebola em rodelas, azeite e pão. O sangue é cozido com água e sal no pote (panela de ferro com 3 pés que se usa para cozinhar na lareira).Opcionalmente, coloca-se o arroz cozido, cebola picada e o sangue esfarelado com bocadinho de azeite numa frigideira. Deixa-se frigar tudo e serve-se com vinho.

Para saber mais: Este prato é confeccionado, sobretudo, para os homens que matam o porco, crendo-se que o sangue restaura as forças despendidas.

- Nome: **Sarrabulho**

Receita: Guisado elaborado com cebola, alho, sal, os miúdos ou vísceras do porco (com mais alguma carne que haja de frango...) e a sua gordura ou unto, podendo ainda levar pão, batata ou arroz. O tempero é o sangue do próprio porco, ao qual se podem juntar especiarias, como o louro, o cravinho, o sumo de limão e os cominhos.

Para saber mais: Este prato é muito comum no Norte de Portugal, com especial incidência no Minho. Há diversas formas de o confeccionar, desde papas de arroz com carne (não só de porco), mas também de outros animais domésticos, como galinha e vaca e com temperos diversificados.

Ainda no que diz respeito à matança, destaca-se o almoço, conhecido como o antigo jantar. Neste almoço, considerado por muitos como o mais bem preparado do ano, era imperativo mostrar carne do porco do ano anterior. Assim, mostrava-se que a dona da casa tinha sido boa administradora.

- Nome: **Fígado de porco**

Receita: Normalmente comia-se frito em unto, em fatias, depois de ser fervido em água com sal. Pode também ser cozinhado temperado com alho, sal, vinho branco e massa de pimentão. Embrulha-se em véu de porco e põe-se a assar no forno, servindo-se depois em fatias.

Para saber mais: O fígado era um dos órgãos do porco preferidos na dieta rural, uma vez que era um bom fornecedor de vitamina A, facilitava a cicatrização de lesões, ajudava a prevenir gripes, etc.

- Nome: **Costelinhas de porco**

Receita: Costelinhas fritas ou assadas na brasa, com tempero de sal e, eventualmente, picante.

- Nome: **Orelha de porco**

Receita: Orelha de porco morto no ano anterior, orelha velha.

Para saber mais: Punha-se sempre carne velha dos animais mortos no ano anterior para mostrar que a dona da casa tinha gerido bem a economia doméstica.

- Nome: **Arroz de frango**

Receita: Refogado de frango em cebola e alho, ao qual se vai juntando água até dourar; junta-se o arroz, que frita com o frango, e depois junta-se água e salsa, deixando o arroz cozer.

Para saber mais: O frango é especialmente guardado para este dia.

- Nome: **Cozido de porco**

Receita: O cozido é feito com algumas partes do porco, tais como: a “coiracha” (barriga) e o “soventre” com batatas cozidas, cenouras, nabos e couves. Leva também chouriça de carne, chouriça de sangue, salpicão, ossos de suã (espinhaço do animal), entrecosto, galinha ou frango e focinho de porco. Estas carnes são cozidas apenas em água e depois são servidas e regadas com o seu caldo.

Para saber mais: O cozido que se fazia após a matança tinha alguns ingredientes derivados do porco, entre outros animais e produtos domésticos. As chouriças, os salpicões, os chouriços, as sangueiras e o presunto (este depois de cerca de 15 dias de sal) são fumadas na grande fuga ou chaminé da cozinha, com o fumo da lenha de carvalho e urze. Depois, enquanto o presunto vai para a adega para acabar de secar e apaladar, os enchidos saem do fumo e acabam de secar ao ar quente e seco da cozinha. São estes ingredientes que acompanham a vitela, a galinha, a orelheira e o pé, tudo cozido com as batatas, as cenouras, as couves e o feijão vermelho, em potes de ferro.

- Nome: **Vitela Barrosã com nísscaros ou no pote**

Receita: A vitela podia ser preparada de diversas formas. Uma delas é com nísscaros (mísscaros, uma espécie de cogumelos), as cebolas picadas e as gorduras, fazendo um estrugido. Logo que a cebola esteja loura, adiciona-se a carne cortada aos bocados, podendo esta ser do lombo ou da ilhada. Tempera-se com sal e deixa-se guisar um pouco, até a carne tomar uma cor loura. Pela-se o tomate, corta-se aos bocados e junta-se à carne, bem como os dentes de alho picados e o louro. Mexe-se bem e deixa-se guisar até o tomate começar a formar molho. Em seguida, junta-se-lhe um copo de água e deixa-se guisar a carne. Quando a carne estiver quase guisada, juntam-se-lhe os nísscaros que podem ser de vido, urzeira ou pinheiro, não devendo ser misturados os diferentes tipos, uma vez que cada qualidade deve possuir um paladar característico. À medida que os nísscaros vão cozendo, largam água abundante para guisar.

Deixa-se apurar até ficar um molho grosso e serve-se acompanhado de batata cozida. Recorde-se que os cogumelos apenas aparecem na primavera e no outono, pelo que este prato seria feito apenas nessas alturas. Uma outra forma de preparar a vitela barrosã é estufá-la no pote de ferro; para o efeito, põe-se azeite, muita cebola cortada às lascas finas e a vitela partida aos pedaços. Deixa-se lousar a carne, mexendo sempre para a cebola não queimar. Deitam-se uns repingos de vinho maduro, um pouco de água e tempera-se com sal, um dente de alho, um raminho de salsa e duas ou três folhas de louro. Vai fervendo, acrescenta-se água até a cebola desfazer e o molho ficar grosso. Serve-se com batatas cozidas também em pote de ferro.

- Nome: **Caldo de farinha**

Receita: Feijão, água, farinha de trigo ou centeio e, por vezes, couves. Põem-se as batatas, o feijão, a tirinha de carne, o azeite e o sal a cozer em água. Depois de cozidas as batatas, esmagam-se com um garfo e voltam novamente ao lume. Deixa-se ferver bem e, de seguida, coloca-se a couve ripada com os dedos. Dissolve-se a farinha com um pouco de água para não granular e junta-se ao caldo mexendo bem.

Para saber mais: Este era o caldo mais usual. O trigo foi, desde tempos tão remotos como a Antiguidade egípcia (3000 a. C.), um alimento e moeda de transação das elites e dos mais abastados; enquanto os mais pobres consumiam cevada.

- Nome: **Caldo de couves ou caldo com abóbora ou caldo de nabos**

Receita: Os ingredientes variam de acordo com a época do ano e os produtos que existiam na horta: couves, feijões e batatas, abóbora, nabos. Deita-se numa panela bastante água a ferver temperada de sal. Depois de atingida a fervura, deita-se um quilo de batatas cortadas aos quartos, a couve penca cortada ao meio, uma cebola cortada às rodelas grossas e quatro colheres de sopa de unto. Pode-se juntar um osso de presunto ou um pouco de entrecosto salgado. Retificam-se os temperos segundo as carnes que deitar na sopa. Numa terrina deita-se fatias de pão de trigo ou de centeio e verta a sopa por cima. Há quem substitua o osso do presunto por um chouriço de carne e há quem deite feijão branco que substitui as fatias de pão.

- Nome: **Sopas ou Caldo Unto**

Receita: Desfaz-se, no pote de ferro ou numa caçarola, uma parte da barriga do porco com o coiro e quando estiver desfeita, acrescenta-se água, dois ou três dentes de alho esmagados e sal do grosso. Há quem lhe junte batatas e cebola às rodelas ou um punhado de arroz que se deverá deixar cozer. Numa tigela, cortam-se bocados de pão centeio, em fatias finas, e regam-se com o caldo anterior; se necessário rega-se com azeite em cru.

Para saber mais: A parte mais densa do caldo, com bastante feijão, batatas e couves, era chamada a bianda. As couves e as verduras em geral eram também conhecidas no Barroso como berdosas.

- Nome: **Caldo de couves ou caldo com abóbora ou caldo de nabos**

Receita: Numa frigideira rija-se (derrete-se) uma talhadinha de unto. Leva-se ao lume batatas, nabos e o unto rijado para cozerem em água. Quando a batata e o nabo estiverem bem cozidas, esmagam-se e voltam ao lume. Numa panela à parte dá-se uma fervura leve às castanhas, para que a casca saia bem. Debulham-se as castanhas. Cortam-se as castanhas aos bocadinhos, juntam-se ao restante caldo e deixa-se ferver. Numa versão menos elaborada e mais modesta da receita, esmaga-se o puré das castanhas e junta-se a este preparado o unto.

Para saber mais: Este caldo era feito, maioritariamente, na altura mais próxima à apanha das castanhas, mas comia-se durante todo o inverno. Foi um prato típico do dia dos Fiéis Defuntos (2 de novembro) em Trás-os-Montes, no Douro e no Minho. O Sr. Tito, de Salto, contava que os carpinteiros, como ofício itinerante que possuíam, se albergavam em casernas que havia nos soutos. Levavam um colmeiro (para cobertura do telhado) e levavam urzeira para aquecer a comida no pote. Limpavam essas cabanas e tinham lá as castanhas que apanhavam para comer, e os painéis onde faziam a comida. Acontecia nos montes de Couto d'Ornelas, de Cerdedo e da Seara. Havia, na zona de Salto, muitos enxertadores de castanhas, que foram para Vinhais e outras terras transmontanas.

- Nome: **Carne de porco guisada**

Receita: Carne de porco fumada (entremeada ou gorda) guisada com batatas e chouriço de cabaço.

Para saber mais: Era habitual comer carne de porco fumada apenas duas vezes por semana, por razões económicas. A carne do porco morto no Inverno, tinha de durar até à matança seguinte sendo, por isso, racionada e consumida sem excessos.

- Nome: **Chouriço de cabaço ou abóbora**

Receita: Este enchido é confeccionado com miolo de abóbora e carne magra e gorda de porco. Estas carnes condimentam-se durante um período de 3 a 5 dias com a sorça: alho, vinho tinto, colorau doce e picante e sal. O preparado é inserido numa tripa do intestino grosso do porco que se ata com fio de algodão ou junco. O período de secagem é de cerca de um mês.

Para saber mais: As tripas, envoltórios dos enchidos, eram lavadas no dia da matança, ainda quentes para se tornar fácil separar os intestinos do mesentério (redenho). Tinham de ser lavadas em água corrente, pelo que as mulheres iam sobretudo aos rios e ribeiros lavá-las com auxílio de um pau fino ou fuso que permitisse virá-las do avesso. É desta prática que deriva o ditado popular aplicado a quem é muito magro: “é um pau de virar tripas!”.

- Nome: **Cebolos salgados e pimentos de vinagre**

Receita: O cebolo é uma cebola que não completou o crescimento. Era colhido na altura da primavera e comido com sal. Os pimentos eram igualmente colhidos na horta e, depois de escaldados, conservados hermeticamente em vinagre fervido para consumo prolongado.

Para saber mais: As conservas em vinagre eram um dos meios de prolongar o período comestível de determinados alimentos, antes de surgirem os modernos sistemas de refrigeração e da sua generalização.

- Nome: **Filhós com leite**

Receita: Numa tigela deita-se a farinha, na qual se desfaz com um pouco de leite. Quando a farinha estiver bem dissolvida, vai-se misturando aos poucos o restante leite e mexendo ao mesmo tempo. Tempera-se com uma pitada de sal e, por fim, adiciona-se os ovos um a um, continuando a mexer até obter uma massa ligeiramente espessa. Feita a massa, fritam-se. Para isso faz-se uma boneca com um bocadinho de pano que vai servir para untar a frigideira. Tem-se a frigideira de ferro e por perto o pote de banha (pingue). Leva-se a frigideira a aquecer e unta-se com a boneca de pano, que se molhou anteriormente na banha. Aquece-se novamente a

frigideira e com a concha da sopa deita-se um pouco de massa, inclinando para um lado e para o outro a frigideira, de modo a que a massa cubra totalmente o fundo da frigideira. Tem de formar uma camada muito fina. Por fim, polvilham-se com açúcar e dobram-se em duas partes, ficando em forma de cone.

#### **5.6.10. Jantar (Antiga Ceia)**

Já no que respeita ao jantar (antiga ceia), esta costumava ser bastante simples, fazendo-se a combinação de dois ou três pratos, que serão discriminados de seguida. O pão era, no entanto, um elemento sempre presente, que se conjugava a maior parte das vezes com o caldo ou sopa de legumes, podendo ter um pouco de carne. Quando se fazia serão (para fiar a lã, fazer cobertores, capas, meias ou renda, por exemplo), bebia-se uma copa de aguardente e comia-se um bocado de pão, a sobreceia. Esta dava-se igualmente aos animais. A sobremesa era praticamente inexistente nos dias comuns; excepcionalmente, trocavam-se batatas por maçãs com pessoas de fora que iam à aldeia, ou apanhavam-se os frutos da época nos campos. No entanto, quando era possível confeccionar uma sobremesa, a mais usual eram as filhós com leite.

Na ceia (que nem sempre se fazia) comia-se, usualmente, o caldo que se tinha consumido ao almoço. Quando havia possibilidade, comia-se alguma das carnes que estavam no fumeiro e batatas cozidas com gordura de porco. Quando a noite se alongava em serões para trabalhar o linho e a lã, por exemplo, fazia-se a sobreceia: vinho, pão e chouriça assada no restante das brasas.

#### **- Nome: Caldo de couves e batata**

Receita: Numa panela deita-se bastante água a ferver temperada de sal. Depois de atingida a fervura, deita-se um quilo de batatas cortadas aos quartos, a penca cortada ao meio, uma cebola cortada às rodelas grossas e quatro colheres de sopa de unto. Pode-se juntar um osso de presunto ou um pouco de entrecosto salgado. Retificam-se os temperos segundo as carnes que deitam na sopa. Numa terrina deitam-se fatias de pão de trigo ou de centeio e verte-se a sopa por cima. Há quem substitua o osso do presunto por um chouriço de carne e há quem substitua o feijão branco pelas fatias de pão.

Para saber mais: As couves de folha, como as usadas nos cozidos e caldos barrosões, possuem um grande teor de clorofila e carotenoides, sendo ricas em vitamina A e cálcio. Ao ser o caldo um alimento constante, estes compostos essenciais eram fornecido pela couve.

- Nome: **Carne de porco com chouriço e grelos**

Receita: As carnes costumavam ser assadas ou cozidas e acompanhadas de hortaliças cozidas em água, com ou sem sal. Lavam-se os grelos, partem-se e cozem-se numa panela de ferro ou pote. À parte cozem-se as batatas com algum sal. Assim que os grelos cozem, escorrem-se e misturam-se com as batatas esmagadas. Junta-se um pouco de sal e azeite ao preparado e leva-se de novo a panela ao lume, mexendo. Servem-se a acompanhar a carne de porco cozida

Para saber mais: Os grelos são um vegetal autóctone muito apreciado, que costuma acompanhar na sua época os pratos de carnes com mais gordura para suavizar o sabor.

Como considerações finais para este capítulo, podemos referir que na região existe uma gastronomia muito apreciada pelos turistas/visitantes, na qual se destaca o fumeiro de Barroso, que se constitui como uma tradição já muito antiga na região. Hoje, a sua fabricação é considerada arte. Os fumados estão profundamente ligados à agricultura e à pecuária do concelho e a sua produção é ainda efetuada artesanalmente. Usam-se, para o efeito, carnes de excelente qualidade, temperos criteriosos e envolve um lento processo de maturação, que enriquece os aromas finais.

Apesar de se constituir como um dos traços de identidade cultural que mais identifica a zona de Barroso, os fenómenos sociais da globalização, migrações e intercâmbios culturais vão desvirtuando os modos e práticas de confeção do alimento. Urge, assim, a necessidade de registar, através da oralidade, todo esse património imaterial ligado à cultura gastronómica.

Para terminar verifica-se, presentemente, na região um crescendo número de turistas, que procuram o ambiente rural. As iniciativas gastronómicas, como a feira do fumeiro, os cozidos à barrosã nos fins de semana, entre outras, têm assumido um papel vital na atração e satisfação desses turistas. Fica, assim, bem patente a importância que as entidades locais (C.M.M, A.P.F.B, E.B, P.T.M) têm nesta dinamização da gastronomia e na preservação da qualidade dos produtos e das suas confeções.



# **CAPÍTULO VI**



## 6. Análise dos dados dos inquiridos

O presente capítulo pretende identificar a satisfação e perspetiva que os turistas e visitantes têm da gastronomia local através da aplicação e análise de inquéritos. Por sua vez, as entrevistas aplicadas aos proprietários dos restaurantes, têm em vista perceber e analisar o ponto de situação atual da gastronomia, para posteriormente se poderem apontar sugestões de melhoria. Assim, neste capítulo analisa-se as preferências gastronómicas dos visitantes e turistas, a aquisição dos produtos, a proveniência do vinho “da casa” tinto, os motivos da deslocação a Montalegre, os fluxos de turistas e visitantes de Montalegre no ano 2011, o local de origem dos visitantes/ turistas portugueses, os idiomas estrangeiros dominados pelos trabalhadores dos restaurantes, a promoção efetuada pelos restaurantes e a relação com outros restaurantes.

Os dados seguintes resultam da aplicação de dois tipos de técnicas de investigação. Assim, foram aplicados 100 inquéritos a turistas/visitantes (não residentes em Montalegre), entre os meses de janeiro e abril de 2012. A sua aplicação decorreu em cinco locais: o Restaurante Foz do Rabagão, o Restaurante Terra Fria, o Restaurante Costa, o Restaurante Costa e o Hotel QualityInn\*\*\*\*. Estes constituem-se como agentes turísticos que abrangem turistas de diferentes níveis sociais socioeconómico. Especificando, o inquérito (anónimo) divide-se nas seguintes partes:

- Primeira parte (as 4 primeiras perguntas): conhecem-se os dados pessoais, o estado civil, se tem filhos, qual a classe ou condição socioeconómica, a nacionalidade e a proveniência.
- Segunda parte (perguntas 5 e 6): diz respeito à visita e ao respectivo motivo. Nesta parte pretende-se saber como visita a região, como teve conhecimento da mesma, o que pretende fazer durante a estadia, os motivos de deslocação e se costuma visitar esta região.
- Terceira parte do inquérito (corresponde à pergunta 7, relativa ao papel da gastronomia): esta parte tem um conjunto de perguntas abertas e outras de resposta curta. Pretende-se saber quais as noções que os turistas têm sobre a qualidade/preço da comida, que propostas fariam para melhorar, quais os pratos

que mais e menos lhe agradam, como teve conhecimento do restaurante, se recomendaria, que imagem e como classifica a gastronomia da região.

Nos restaurantes locais foram aplicadas entrevistas semi-dirigidas, onde privilegiaram as perguntas abertas. Foram aplicadas entrevistas a 20 proprietários de restaurantes locais, entre os meses de janeiro e abril de 2012. As conversas informais e a observação participante foram técnicas de apoio e de suporte às entrevistas realizadas.

As entrevistas mantiveram o anonimato e pretendiam saber o seguinte:

- Quais os pratos mais consumidos e procurados pelos turistas/visitantes;
- Onde e a quem compram os produtos e se cozinham produtos locais;
- Quais os pratos cozinhados e qual a sua preparação;
- Que idiomas é que conhecem;
- Que formação técnica têm os seus trabalhadores;
- Se promove os produtos locais junto dos seus clientes e se realiza jornadas gastronómicas;
- Se têm lista de vinhos;
- Qual a promoção da imagem local;
- Como é a relação com os outros restaurantes;
- Quais as estratégias de melhoria dos produtos locais.

### 6.1. Preferências Gastronómicas dos Turistas/ Visitantes Nacionais

As preferências gastronómicas dos visitantes e turistas são importantes para perceber a importância concedida aos produtos locais. O seguinte gráfico ilustra as suas preferências:



Gráfico 1 – Preferências gastronómicas dos turistas/ visitantes nacionais

Analisando o Gráfico 1 repara-se que os pratos que os turistas/visitantes nacionais preferem são os de carne, com grande destaque para a posta à Barrosã com 37%, seguindo-se o cozido à Barrosã, com 30%. Em relação ao peixe, a procura é praticamente nula; o que permite concluir que o turista/visitante nacional que visita o concelho de Montalegre procura pratos de carne. Perante estes dados, pode-se concluir que os visitantes e turistas apreciam os produtos ditos de origem barrosã.

## 6.2. Preferências Gastronómicas dos Turistas/ Visitantes Internacionais

O seguinte gráfico (Gráfico 2) diz respeito às preferências gastronómicas dos turistas/visitantes internacionais e tem como objetivo perceber a importância que dão à gastronomia dita local.

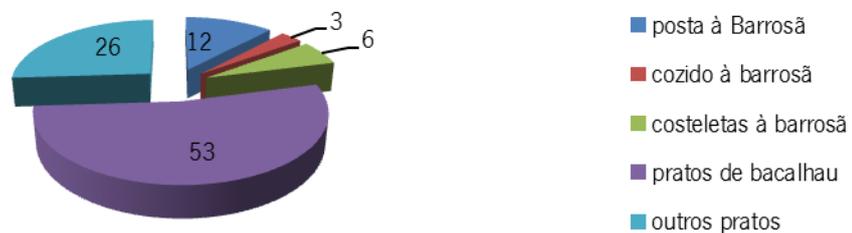


Gráfico 2 - Preferências Gastronómicas dos Turistas/Visitantes Internacionais

No caso dos turistas/visitantes internacionais, a grande maioria são espanhóis, mais especificamente provenientes da Galiza. Nas refeições de almoço ou jantar preferem os pratos de peixe, nomeadamente os de bacalhau (53%). Constata-se que apenas 12% procura a posta à barrosã, seguindo-se a costeleta (com 6%) e, finalmente, o cozido à barrosã (com apenas 3% dos pedidos).

### 6.3. Aquisição de Produtos

A análise da aquisição dos produtos é extremamente importante para entender se os restaurantes locais apostam na divulgação e comercialização dos produtos locais. O gráfico 3 retrata os dados relativos à proveniência dos produtos.

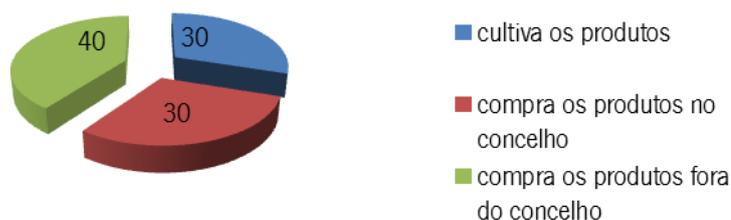


Gráfico 3 – Restaurantes e aquisição dos produtos

Dos restaurantes inquiridos, 60% refere que utiliza produtos locais (couves, batatas, cenouras, alfaces, pão, cogumelos, entre outros), enquanto 40% não recorre aos mesmos. Entre os que confeccionam os seus pratos com produtos locais, a proveniência desses produtos é:

- O quintal atrás de casa ou terrenos perto, onde semeiam e cultivam os seus próprios produtos;
- A compra a agricultores que cultivam as terras da região;
- A compra a pequenas superfícies comerciais do concelho de Montalegre.

Quanto à obtenção de carnes para a confeção dos pratos, verificam-se as seguintes situações:

- Os proprietários dos restaurantes são criadores dos próprios animais ou compram a lavradores da região e mandam abatê-los no Matadouro Regional do Alto Tâmega e Barroso (localizado na freguesia de Cervos, na povoação do Barracão, a cerca de 15 km de Montalegre);
- A compra é efetuada diretamente no Matadouro Regional do Alto Tâmega e Barroso;
- A compra é realizada nos talhos do concelho de Montalegre.

Por sua vez, no que respeita ao peixe, a sua aquisição é efetuada:

- Nos centros comerciais locais (Nova-era, Continente);

- A fornecedores que efetuam venda “porta a porta” e se deslocam, entre vários sítios, aos restaurantes;
- A viveiros de peixe fresco situados na região, como por exemplo, na criação de trutas da Barragem dos Pisões ou no Viveiro de Carvalhelhos. No entanto, essa tendência tem-se verificado menos devido à escassez de peixes nesses locais.

40% dos restaurantes que não utilizam produtos locais, efetuam as compras dos produtos em grandes superfícies comerciais, normalmente, em Chaves, em Braga ou no Porto.

Apesar do concelho de Montalegre não ser, por excelência, uma zona característica de bons vinhos, estes têm um papel fundamental na construção de uma boa refeição. Os vinhos são um elemento fundamental da oferta gastronómica, já que servem para pensar a mercantilização do “local” e do “global” (Pereiro & Conde; 2003: número de página). 41% dos restaurantes compra o vinho “da casa” ao lavrador e 59% à cooperativa. Por sua vez, o vinho “da casa”, branco por norma, é proveniente da zona do Minho e é comprado a cooperativas.

O Gráfico 4 dá conta da origem do vinho “da casa” tinto.

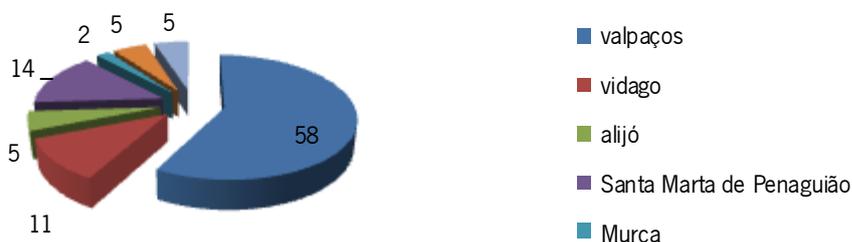


Gráfico 4 - Proveniência do vinho “da casa” tinto

Entre os vinhos mais etiquetados, os mais servidos são: do Alentejo (Monte Velho, Vila Régua, Esporão, Reguengos de Monsaraz, Porta da Ravessa e Borba); do Douro (Esteva, Cabeça de Burro, e Grão Vasco); de Trás-os-Montes (Terra Quente, Casa do Arco, Patriota, Quatro Zonas); e Minho, fundamentalmente os brancos (Ponte de Lima, Ponte da Barca, Casal Garcia, Muralhas, Quinta da Aveleda e Alvarinho).

Em relação à preferência na escolha do vinho, 84% dos clientes opta pelo vinho da casa, enquanto 16% prefere vinhos etiquetados. Entre vinhos etiquetados, as opções recaem sobretudo nos vinhos de Valpaços (Terra Quente), entre os quais se destacam, ultimamente, o

vinho (sexta feira 13 - protocolo realizado entre a cooperativa vinícola de Valpaços e a C.M.M) do Douro (Esteva), do Alentejo (Monte Velho) e os verdes da região do Minho (Casal Garcia e Muralhas).

De salientar que, para além da cozinha local, os clientes que procuram o concelho de Montalegre podem encontrar, também, exemplos de cozinha transnacional, assentes na globalização. Renato Ortiz denomina-a como uma expressão de uma cultura internacional popular, com uma memória coletiva de fragmentos de diferentes nações (Canclini; 1995: 50). Este é o caso de alguns restaurantes que servem pizza, cervejas alemãs ou a mítica coca-cola. De acordo com Canclini (1995: 16), a globalização supõe uma interação funcional de atividades económicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros. De resto, Canclini (1995: 18) afirma que os problemas do consumo e mercado se centram como assuntos de eficiência comercial, enquanto a globalização se constitui como a maneira de chegar rapidamente a mais vendas.

Alguns restaurantes têm para venda própria alguns produtos, nomeadamente, o fumeiro ou as compotas artesanais de cabaça e jerimum também. Por outro lado, alguns produtos locais, como é o caso das carnes certificadas dos lameiros de Barroso e do cabrito de Barroso, são coletados por locais (Matadouro) e distribuídos por todo o Portugal, promovendo igualmente a região.

Também as feiras e festivais promovidas pela Câmara Municipal de Montalegre, sobretudo a Feira do Fumeiro e Presunto do Barroso (F.F.P.B), realizada anualmente no 3.º fim de semana de janeiro, permitem aos produtores locais, nomeadamente os produtores de fumeiro tradicional, expor e comercializar os seus produtos. De igual modo, os fins de semana gastronómicos, promovidos pelo Turismo e Norte de Portugal (T.N.P) em colaboração com o Ecomuseu de Barroso (E.B) e a Câmara Municipal de Montalegre (C.M.M), e as feiras da vitela dos lameiros de barroso (F.V.L.B), proporcionam um maior atrativo de visita pelos turistas. Além disso, fomentam a visibilidade desses produtos regionais e locais, sendo que estes processos de festivalização convertem alguns produtos em ícones e símbolos de uma terra.

Para Pereiro e Conde (2003: S/P), muitos dos produtos locais representam uma resposta comercial defensiva dos pequenos produtores, face às produções industriais, utilizando para isso a tradição, os saberes herdados do passado, o conhecimento, o artesanal, o caseiro e

os sentimentos de confiança, sabor e autêntico. Paradoxalmente, várias grandes empresas de produtos gastronómicos utilizam discursos semelhantes para vender os seus produtos.

Contudo, existe uma tensão estrutural entre a denominação de cozinha de estação – aquela que utiliza os produtos locais (produzidos na zona) de cada tempo ou estação do ano – e uma cozinha internacional transnacional que introduz produtos exógenos e que são reapropriados pelos locais. De facto, os restaurantes não têm capacidade para cultivarem os produtos locais que poderão vender nos eventos e festivais de grande dimensão (ex. feira do fumeiro e sexta feira 13). Assim, muitos restaurantes optam por comprar produtos que não são típicos ou tradicionais. Tendo em conta esta situação, talvez fosse útil o estabelecimento de algumas medidas estruturais a nível gastronómico, de forma a estimular os restaurantes a apostar mais nos produtos locais. Só assim será possível fortalecer a imagem de marca da gastronomia local e transmitir uma maior credibilidade e confiança aos consumidores. Para tal, uma das medidas passaria, eventualmente, por criar protocolos entre os produtores locais e os restaurantes locais.

#### 6.4. Motivos da Deslocação a Montalegre

As motivações turísticas são um importante objeto de estudo, cujos resultados são pertinentes para operadores e técnicos turísticos. É importante decifrar quais são as preferências dos visitantes relativamente a um determinado destino turístico, de forma a potencializá-las.

Tal como é perceptível no Gráfico 5, a gastronomia constitui-se como um dos motivos relevantes para a deslocação de visitantes à região. No entanto, as suas paisagens e a sua riqueza natural constituem-se como os principais motivos.

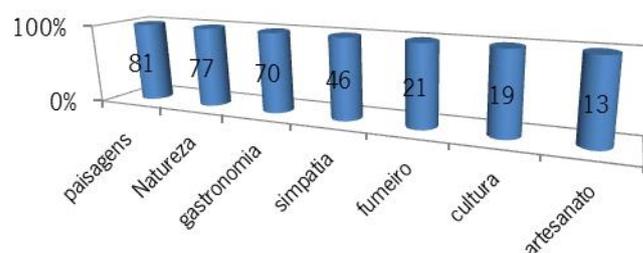


Gráfico 5 – Motivos da deslocação a Montalegre

Segundo Contreras (1993: 64), a alimentação é um componente importante das festas, dos ritos e das cerimónias em geral. A festa exige uma alimentação determinada, geralmente de carácter público, apesar de se poder também falar em festas familiares - durante as quais a comida se consome, tanto em qualidade com em quantidade, de maneira diferente dos dias ordinários.

### 6.5. Turistas e Visitantes de Montalegre no ano de 2011

Segundo os dados fornecidos pelo Ecomuseu de Barroso, durante o ano de 2011 foram contabilizados 27625 visitantes no concelho de Montalegre. Perante a análise dos dados, podemos verificar que a maioria dos visitantes/ turistas do concelho de Montalegre são provenientes de Portugal (24663), seguindo-se a Espanha (2050), a França (348), o Brasil (236), o Reino Unido (166), a Itália (62), a Holanda (50) e por fim, outros (33).

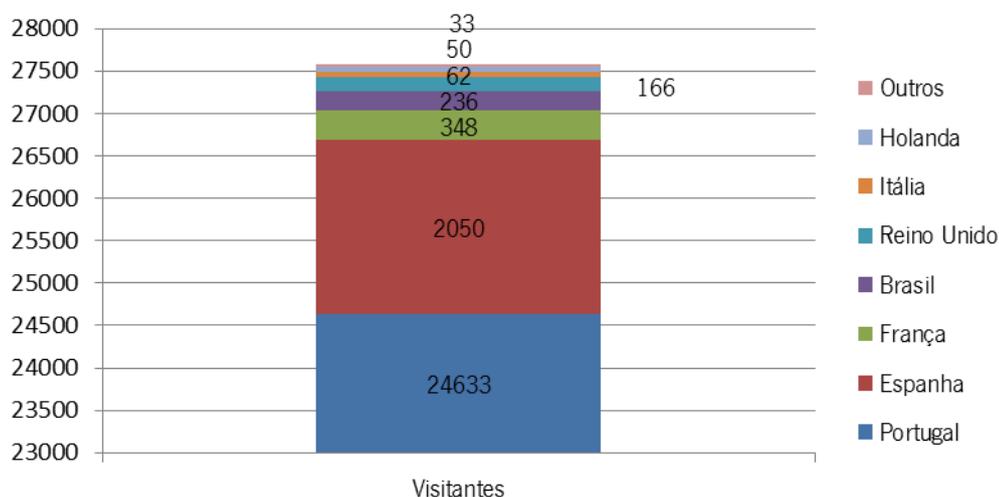


Gráfico 6 – Visitantes de Montalegre registados nos polos e sedes do Ecomuseu de Barroso (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 6.6. Local de Origem dos visitantes/turistas Portugueses

Analisando o Gráfico 7, verifica-se que a maioria dos visitantes/ turistas nacionais são oriundos do norte de Portugal. Porém, uma parte significativa (21%) provém da zona sul, enquanto apenas 11% provêm da da zona centro.

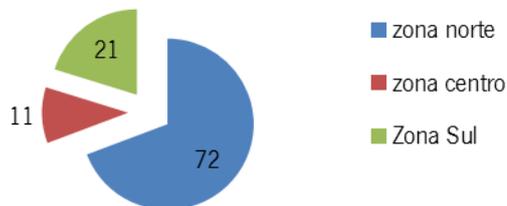


Gráfico 7 - Local de Origem dos visitantes/ turistas portugueses (Fonte: Ecomuseu de Barroso)

### 6.7. Idiomas Estrangeiros Dominados pelos Trabalhadores dos Restaurantes

Analisando o Gráfico 8, denota-se que o Francês (42%) se destaca entre os idiomas conhecidos pelos trabalhadores, seguido pelo Espanhol (29%), o Inglês (19%) e os outros idiomas (10%).



Gráfico 8 - Idiomas Estrangeiros Dominados pelos Trabalhadores dos Restaurantes

### 6.8. Promoção dos restaurantes

De acordo com os dados do Gráfico 9, os restaurantes locais não recorrem de forma relevante a meios e estratégias de promoção dos seus locais de negócio. O cartão de visita “boca a boca” é o principal meio utilizado (50%), apresentando-se a internet em 2.º lugar (25%), seguida pela rádio (10%), pelas publicações em revista (8%), pelo jornal (5%) e pela televisão (2%).

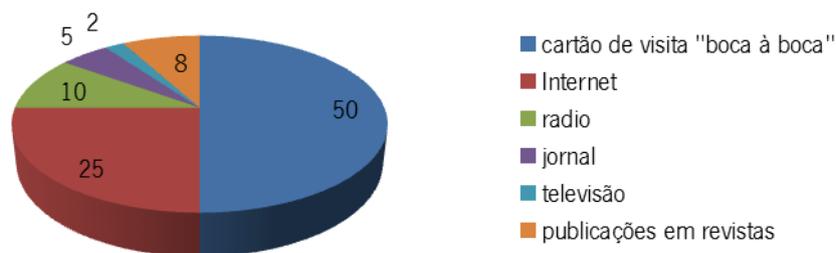


Gráfico 9 – Promoção dos restaurantes locais

## 6.9. Relação com outros restaurantes

A relação de cooperação entre os restaurantes é extremamente importante para se estabelecerem estratégias de promoção e, sobretudo, para a criação de eventos e atividades, de que são exemplo as jornadas gastronómicas.

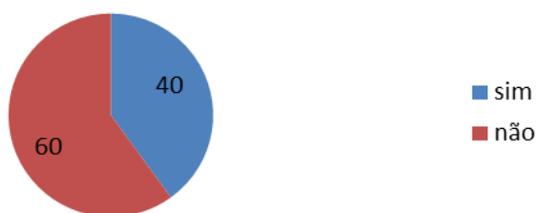


Gráfico 10 – Colaboração entre os Restaurantes

Perante os dados, verifica-se que a colaboração entre os restaurantes fica muito aquém das expectativas, devendo criar-se novas dinâmicas neste âmbito.

A opinião global dos inquiridos no que diz respeito à “imagem” da gastronomia do concelho de Montalegre é bastante positiva. O visitante que procura a gastronomia do concelho de Montalegre, pretende encontrar uma comida tradicional, bem confeccionada com os produtos locais. Vários inquiridos afirmam que a gastronomia em causa é uma das melhores do país.

Fica, assim, bem patente nesta investigação, que a imagem da gastronomia da região é pautada pela satisfação e pelo agrado.

A nível local, começa a ser reconhecida a necessidade de atuação global dos restaurantes e a procura de novas formas de promoção e divulgação, nomeadamente, com

recurso às novas tecnologias. A restauração local começa a fazer contactos para usufruir destes serviços, em virtude uma crescente consciência da potencialidade do turismo gastronómico. Esta componente constitui-se como um dos grandes “ex-libris” da região.



# **CAPÍTULO VII**



## **7. Proposta de Intervenção, Considerações Finais e Conclusão**

Este capítulo corresponde às propostas de intervenção, considerações finais e conclusão do trabalho de investigação. Trata-se, portanto, da parte final do trabalho que, decorrente da análise de investigação, apresenta algumas sugestões de melhoria para os agentes (privados e públicos) ligados ao setor da gastronomia. Além disso, apresenta três propostas de intervenção (que oportunamente serão apresentadas às entidades locais da área cultural) na área da gastronomia. Estas poderão permitir um maior desenvolvimento do turismo no concelho de Montalegre. Por fim, termina-se com uma conclusão que resulta de um breve resumo de toda a investigação feita acerca do tema em questão.

### **7.1. Proposta de Intervenção**

Depois de todo o trabalho de investigação realizado no concelho de Montalegre acerca da gastronomia, apresentam-se as seguintes propostas de intervenção – o Museu Gastronómico, o Site Gastronómico e os Roteiros Gastronómicos. A referidas propostas têm como objetivo fundamental a melhoria do desenvolvimento do turismo local. Numa fase posterior à realização desta investigação, as propostas serão apresentadas às seguintes entidades locais: C.M.M, E.B. e à Associação Chã Criativa.

#### **7.1.1. Museu Gastronómico de Barroso**

Dado o riquíssimo património gastronómico da região, considera-se que poderia ser criado mais um polo museológico - Museu Gastronómico de Barroso –, destinado exclusivamente aos sabores e aos saberes gastronómicos da região. Seria, portanto, um polo enquadrado na lógica do conceito do Ecomuseu de Barroso e que teria como funções conservar, investigar, divulgar, promover e valorizar económica e turisticamente a cultura gastronómica.

Este museu resultaria da reconversão de um forno comunitário típico da região, mantendo-se a sua arquitetura física tradicional (mas com funções museológicas). Assim, os espaços do museu teriam de ser devidamente adaptados e, se necessário, ampliados, para que pudessem cumprir os objetivos propostos.

Além de todo o espólio museológico, composto por artefactos, objetos, fontes documentais ligados às práticas gastronómicas, seria também um espaço destinado à exposição dos produtos regionais e à sua comercialização. Por conseguinte, os visitantes além de serem convidados a conhecer os significados, simbolismos e saberes ligados às práticas culturais gastronómicas, poderiam degustá-los e comprá-los.

Por fim, seriam divulgadas todas as atividades, eventos e festividades culturais ligadas à gastronomia. Este espaço seria também um sítio onde a população local poderia recordar as suas memórias e experiências, nomeadamente as recordações ligadas ao forno comunitário. Deseja-se que a população local seja parte integrante deste espaço, no que diz respeito à aquisição dos objetos e artefactos museológicos, na participação das atividades a desenvolver e na promoção e comercialização dos seus produtos.

### **7.1.2. Site da Gastronomia de Barroso**

Este site destina-se a promover e comercializar os produtos regionais de Barroso, bem como as suas atividades culturais e festivas. Assim, teria várias páginas Web com diferentes funções. Uma delas teria a função de venda online dos produtos gastronómicos, outra funcionaria como uma plataforma de carácter divulgativo, da qual constariam todos os eventos culturais e iniciativas gastronómicas, de que são exemplo, as jornadas e os roteiros gastronómicos, as especialidade e os contactos de cada restaurante, as cozinhas tradicionais e os produtores.

Uma outra plataforma do site teria o papel de informar os turistas das ementas do dia dos restaurantes, das receitas de pratos tradicionais e de cursos de confeção de pratos (que se realizariam nos próprios restaurantes). Para além da existência do site e através de algumas ferramentas tecnológicas aplicadas, o turista poderia receber uma *newsletter* semanal no seu telemóvel sobre todas estas informações.

Outra plataforma Web teria a função informativa relativamente a todos os «saberes-fazer» gastronómicos e práticas culturais Barrosãs associadas. As receitas gastronómicas tradicionais seriam um dos temas informativos nesta plataforma. No fundo, este site teria uma função de um guia gastronómico da região.

### **7.1.3. Roteiros Gastronómicos no Barroso**

Esta proposta de intervenção visa proporcionar aos visitantes e turistas, passeios pedestres com paragens obrigatórias em locais e pontos de interesse. Durante essas paragens os visitantes poderão degustar os produtos gastronómicos característicos da região. Existem, portanto, vários roteiros que se poderão criar, tais como:

- **Roteiro dos Moinhos e Fornos Comunitários** – Pretende-se com este roteiro dar a conhecer os moinhos e fornos do povo e, com a ajuda das populações locais, demonstrar a prática do seu funcionamento. As práticas ligadas à moagem e cozedura do pão serão, também, recriadas. Assim, a ideia será criar um roteiro que permita fazer circular as pessoas pelos moinhos e fornos de algumas aldeias do concelho, mostrando e explicando a sua funcionalidade. O roteiro passará, também, por um forno onde serão cozidos os pães que, posteriormente, poderão ser vendidos à comunidade local e aos turistas. No final será realizado um lanche-convívio, onde o pão centeio cozido no forno comunitário será o ex-libris.
- **Roteiro dos Cogumelos** – A região de Montalegre apresenta condições climáticas e ambientais favoráveis para a germinação de cogumelos selvagens. Trata-se, portanto, de dar a conhecer, de uma forma criativa, as deslumbrantes e coloridas paisagens da região e, ao mesmo tempo, procurar os tão desejados cogumelos da região. Para esta atividade, será fundamental a existência de um guia especializado em conhecimentos sobre os cogumelos.
- **Roteiro das Cozinhas de Fumeiro e Presunto de Barroso** – Pretende-se com este roteiro que os visitantes e turistas conheçam as diversas cozinhas regionais da região e para além de poderem degustar os produtos fumados, poderão assistir às práticas tradicionais ligadas à matança e fabrico dos produtos. Trata-se de proporcionar aos

turistas experiências ruralistas ligadas a uma das principais artes e saberes de Barroso, o fumeiro e os produtos fumados derivados do porco. Além disso, estar-se-á a criar condições para o fomento do comércio gastronómico dos produtos tradicionais.

Para além dos roteiros gastronómicos, mas ainda neste âmbito, sugere-se a criação de um livro de Receitas Gastronómicas Tradicionais. Isto porque quando se fala de uma determinada prática gastronómica, além de se descrever todo o seu processo prático ou o designado «saber-fazer» gastronómico, está-se também a contextualizar histórica e anualmente essa determinada prática. Além disso, retrata-se uma tradição cultural repleta de significados e simbolismos sociais. Com a criação do livro gastronómico pretende-se fornecer mais informações sobre o modo como os produtos e receitas são confeccionadas e, por outro lado, divulgar o vasto património gastronómico da região. Assim, os turistas poderiam ter um conhecimento mais profundo sobre os «saberes-fazer» e os sabores da região de Barroso.

## **7.2. Considerações Finais**

O concelho de Montalegre enquadra-se na região chamada “Terra Fria”, zona de profundos contrastes, com verões quentes e invernos rigorosos. É fácil a ligação com as terras galegas e com os grandes centros de chaves e Braga, com os quais há um grande intercâmbio de pessoas, bens e serviços. Os habitantes são hospitaleiros e laboriosos, espontâneos no trato e solidários entre si e com quem as visita. A região possui uma beleza invejável e pode oferecer aos visitantes uma rica e variada gastronomia, aliada às paisagens de um colorido intenso, produzido pelo curso das estações do ano.

A gastronomia constitui-se como um dos traços de identidade cultural que melhor caracteriza o Barroso. Porém, os fenómenos sociais qualificados pela globalização, migrações e intercâmbios culturais vão desvirtuando os modos e práticas de confeção do alimento. Urge, assim, a necessidade de registar e conservar todo esse património imaterial ligado à cultura gastronómica.

Em traços gerais pode-se constatar, através do estudo realizado, que a gastronomia barrosã é muito apreciada pelos turistas/ visitantes de Montalegre. No entanto, as estratégias de incentivo/ apoio à produção e de divulgação e comercialização dos produtos gastronómicos

deveriam ser melhoradas. Falta, de facto, uma estratégia cooperativa entre a restauração local e os produtores e sobretudo, entre os produtores e as diversas entidades responsáveis pela divulgação, comercialização e certificação dos produtos locais, sejam eles de cariz tradicional ou não. Essa estratégia cooperativa entre as diversas associações, entidades e grupos de agricultores locais é fundamental, pois sem ela é difícil manter um equilíbrio qualitativo entre a produção e a comercialização dos produtos. Esta pode ser efetuada fazendo uso de duas estratégias: uma a nível local, por intermédio da restauração local, através da confeção dos produtos e venda direta dos produtores em eventos, feiras ou comércio; outra exteriormente, através da criação de cooperativas, associações ou entidades empresariais capacitadas para o escoamento dos produtos, colocando-os em mercados de comércio estratégicos (nacionais e internacionais), devidamente estudados quanto à sua viabilidade económica. Principalmente a nível local facilmente se percebe que a aposta nas estratégias referidas será benéfica para a região, pois garantirá a produção para os restaurantes locais e enriquecerá turisticamente as expectativas e satisfações turísticas.

A venda dos produtos locais num mini-comércio tradicional, localizado em Montalegre, em épocas fortes de procura turística, poderá ser mais um dos eventos a criar, para além dos que já existem. Outra ideia, que poderá ser extremamente proveitosa para o turismo gastronómico, é a criação de roteiros gastronómicos delimitados geograficamente no território e contextualizados historicamente ao longo do ano, de acordo com o tipo de produção. Juntando a isso, o envolvimento do visitante com a população local nas práticas culturais ligadas à produção, cultivo e manejo dos produtos em questão. Nesse sentido, é necessária uma aposta na criação de atividades culturais que combinem com os eventos em questão.

Fora do território local, também é importante criar uma estratégia que envolva um conjunto de iniciativas que visem a promoção da gastronomia de Barroso e património cultural e natural.

Na área da restauração, penso que existem muitos aspetos a melhorar, tais como: apostar nos produtos locais, estabelecendo-se, por exemplo, protocolos comerciais entre os produtores; apostar numa maior profissionalização no que diz respeito aos modos de atendimento; apresentar um espaço mais convidativo e que apresente uma decoração baseada em aspetos culturais locais, de forma a espelhar a identidade cultural, nomeadamente a gastronómica; apostar nos serviços de marketing e nas novas tecnologias; criar, para além da

identidade gastronómica geral, uma identidade específica para cada restaurante e que os diferencie dos restantes. Esta última proposta, penso ser de extrema importância, pois se cada restaurante se especializar num prato, suscitará aos turistas a vontade de circular pelos diversos restaurantes e, com isso, ficará o desejo de voltar a Montalegre mais vezes.

Outro aspeto importante é a necessidade de criar um ambiente que ofereça conforto aos usuários. O conforto pode ser proporcionado não somente através da componente decorativa (decoração cultural), como também do atendimento e da estruturação do local. Na verdade, o restaurante pode ser encarado como um espaço multiuso. Assim, não deveria ser somente um local de refeições, mas também um espaço de sociabilidade, participação e cidadania. Pode-se, por exemplo, aproveitar o espaço do restaurante para realizar atividades culturais. Essa dinâmica pode contribuir para que os restaurantes se dinamizem e se tornem cada vez mais competitivos.

No que se refere à procura, esta é pouco regular ao longo do ano, verificando-se os maiores fluxos durante o fim de semana, em festas, feiras e festivais e no período do verão. Trata-se, portanto, de um turismo ocasional, marcado pela sazonalidade.

Normalmente os clientes que procuram estes estabelecimentos são de fora - geralmente são famílias, grupos de pessoas ou empresários provenientes da zona do Minho, grande Porto e de Espanha, mais propriamente da Galiza. Ocasionalmente, também se encontram pessoas da região que pretendem desfrutar de uma boa comida. Em geral, os visitantes não procuram estes restaurantes para satisfazer uma necessidade básica (o que visaria uma refeição económica), mas sim para provar o que é “típico” ou conhecido no concelho de Montalegre. É neste sentido que os restaurantes que servem a comida regional se tornam num potencial atrativo turístico. Porém, os restaurantes poderão receber outros tipos de eventos, nomeadamente, os casamentos, os batizados e outros eventos de cariz social. Mas, para tal, o restaurante necessita de espaço e comodidade para a sua realização.

Geralmente a melhor forma de publicidade de um restaurante é a transmissão “boca a boca” mas, para tal, deverá oferecer uma boa qualidade e um ótimo serviço aos clientes. Apesar disso, num mercado com cada vez mais concorrência, é preciso adotar novas estratégias de promoção. Na maioria dos casos, os restaurantes são pouco conhecedores dos conceitos relacionados com as novas tendências para a promoção e divulgação dos mesmos. Isto deve-se, muitas vezes, ao facto de o seu representante ser o clássico dono, com uma mentalidade muito pouco inovadora. Não tiram, portanto, partido de uma planificação estratégica, que poderia

minorar as carências da procura nos períodos de sazonalidade. Para combater este problema poderia existir uma pessoa (especializada na gastronomia) que funciona-se como um guião gastronómico e coordenasse os vários agentes que lidam com a gastronomia.

Por fim, verifica-se que as entidades locais (C.M.M., P.T.M., E.B.) têm como principais diretrizes para o desenvolvimento sustentável da região a preservação, a conservação, a divulgação e a valorização do vasto e riquíssimo património cultural e natural. O E.B. e os seus polos museológicos têm um papel fundamental para a concretização dessas diretrizes.

Deixam-se algumas ideias de promoção e estratégias que poderiam ser adoptadas pelos responsáveis dos restaurantes no futuro:

- Apostar na qualidade através da aquisição de produtos locais, com recurso a protocolos com os produtores locais (com a ajuda das entidades locais);
- Criar um polo museológico – Museu Gastronómico de Barroso -, dedicado à gastronomia ;
- Criar roteiros gastronómicos diversificados e integrá-los nos produtos turísticos culturais;
- Promover o sentido cooperativo entre os restaurantes e produtores locais;
- Apostar em ações de formações para os empregados e empregadores;
- Oferta de prendas úteis com fins de publicidade (ex. jogos, balões, etc.);
- Organização e participar em festividades para dias especiais;
- Decorar o ambiente de acordo com as atividades de lazer e culturais organizadas pelas entidades locais;
- Incentivar a restauração local a apostar nas receitas gastronómicas tradicionais;
- Apostar nas novas tecnologias de informação (ex. internet, CD interativo, televisão, flyer, cartazes, etc.);
- Diversificar as jornadas gastronómicas.

### **7.3. Conclusão**

No Barroso destaca-se a excelente gastronomia e, em particular, o fumeiro de Barroso, tradições já muito antigas na região e cuja fabricação, hoje em dia, é considerada arte. Os

fumados, que estão profundamente ligados à agricultura e à pecuária, são ainda hoje feitos artesanalmente, com carnes de excelente qualidade, temperos criteriosos e um lento processo de maturação, o que enriquece os aromas finais.

Contudo, a globalização, os fenómenos migratórios, as condicionantes socioeconómicas, as alterações dos modos de produção agrícola, a intensificação da industrialização e a melhoria das redes de transporte de fornecimento de bens (como os alimentares e utensílios de cozinha) influenciaram o abandono de determinadas práticas e hábitos alimentares. Nesta perspetiva, é preciso compreender a importância social, cultural e turística que a gastronomia tem no turismo cultural da região. Do ponto de vista social é extremamente importante pois é um dos elementos que promove a integração social e que caracteriza os habitantes de Barroso, conhecidos pela sua hospitalidade com turistas ou visitantes. Além disso, é preciso compreender que a gastronomia e as suas práticas culturais obedecem a determinados padrões religiosos e estes influenciam os modos de agir, sentir e pensar das sociedades em diferentes contextos históricos.

A nível cultural tem de ser compreendida como sendo um elemento que representa uma identidade cultural, com um legado que identifica o grupo e que faz parte da memória e identidade dos seus habitantes. Trata-se, portanto, de um património cultural riquíssimo, repleto de práticas culturais vinculadas a determinados simbolismos, crenças e saberes-fazeres, que se foram preservando ao longo dos tempos. Urge, assim, registar esse património imaterial ligado à cultura gastronómica.

Turisticamente é vista como um dos maiores atrativos turísticos da região pois satisfaz as suas vontades e expectativas, tanto a nível gustativo como no plano das atividades e eventos culturais de cariz gastronómico.

O desenvolvimento da região poderá passar pelo turismo e, nesse sentido, as várias entidades devem orientar-se para as principais linhas orientadoras da diferenciação cultural, gerando uma desmarcação positiva de outras regiões. Nessa lógica, a gastronomia deverá ser vista como o principal eixo condutor do desenvolvimento turístico e, conseqüentemente, do desenvolvimento local. Pelas potencialidades que têm, nomeadamente as gastronómicas, é uma grande atração turística, digna de ser visitada durante todo o ano, quer por turistas nacionais, quer por estrangeiros.

Pode-se, assim, afirmar que o turismo gastronómico é uma das vertentes turísticas que mais divisas proporciona aos locais visitados, pois constitui uma das principais motivações

turísticas dos visitantes. É, então, fundamental pensar em desenvolver imagens de marca dos produtos locais, tendo em vista a sua promoção, desenvolvimento e valorização.

Por outro lado, é necessário analisar do ponto de vista antropológico e etnográfico as manifestações culturais associadas à gastronomia, para que possa ser reconhecida como um traço identitário e cultural de Barroso e devidamente reconvertida num produto turístico.

Sabe-se que o mercado turístico se encontra cada vez mais feroz e competitivo, por isso, tem de se marcar a diferença, não só no plano da aplicabilidade do produto, mas também no plano comercial e nas estratégias de marketing. Daí que qualquer intervenção obrigue a um conhecimento profundo do mercado e dos métodos de abordagem. Nesse sentido, há uma série de requisitos que deverão ser respeitados e cumpridos, para que os produtos turísticos possam vingar com êxito e chegar ao consumidor com uma satisfação que, pelo menos, não denigra as expectativas do consumidor.

Através da opinião global dos inquiridos, a “imagem” da gastronomia do concelho de Montalegre é bastante positiva. O visitante que procura a gastronomia do concelho de Montalegre, pretende encontrar uma comida tradicional bem confeccionada com os produtos locais, afirmando em alguns casos que a gastronomia é uma das melhores do país.

Fica, assim, bem patente nesta investigação que a gastronomia da região provoca aos seus visitantes momentos de satisfação e de agrado.

A nível local, começa a ser reconhecida a filosofia de atuação dos restaurantes, a procura de novas formas de promoção e divulgação, entre elas, as novas tecnologias. Estes, começam a fazer contactos para usufruir destes serviços, uma vez que a vertente do turismo gastronómico pode ser considerada como o “ex-libris” desta região e a grande fonte de subsistência.

Para finalizar, pode-se referir que a região de Montalegre usufrui de uma localização periférica e marginal no território e no processo de desenvolvimento nacional. Apesar de um certo isolamento (relativamente aos centros urbanos nacionais) e de alguma escassez de técnicos e pessoas formadas na área do turismo e do lazer, possui um vasto e rico património cultural e natural que, devidamente potencializado, poderá dinamizar o turismo cultural e proporcionar um desenvolvimento sustentável da região.

Tem vindo a assistir-se a um crescendo número de turistas, que procuram iniciativas gastronómicas, como a feira do fumeiro, as jornadas gastronómicas, os cozidos à Barrosã nos

fins de semana, entre outros. Contudo, ainda muito se pode fazer para melhorar a imagem da gastronomia e o turismo a si associado. Para tal, a gastronomia e todas as práticas a si associadas têm de ser devidamente preservadas, divulgadas e valorizadas turística e economicamente, para que se promova um desenvolvimento sustentável da região.

## 8. Bibliografia

- Azambuja, Marcelo (S/D) *A gastronomia como Produto Turístico*, Turismo Urbano.
- Castrodiovani, A. (2001). *Turismo Urbano*, São Paulo: Contexto.
- Canclini, Nestor (1995) *Consumidores & cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.
- Carneiro, H. (2003) *Comida e sociedade: uma história da alimentação*, Rio de Janeiro: Campus.
- Castro, Xavier (1998). *Estudios sobre historia social da alimentación en Galicia*, Vigo: Galaxia.
- Córner, Martin (2003) *La gastronomía española como patrimonio cultural*, Argentina: CIET.
- Cunha, Licínio (1997) *Economia e Política do Turismo*, Lisboa: Megraw-Hill Editora.
- Cunha, Licínio (2001) *A oferta turística*, Lisboa: Editorial Verbo.
- Contreras, Jesús (1993) *Antropología de la Alimentación*, Madrid: Eudema.
- Dias, Manuel (2002) *Montalegre. Terras do Barroso*: Câmara Municipal de Montalegre.
- Evans-Pritchard, E. (2002) *Os Nuer*, São Paulo: Perspectiva.
- Fiandrin, J., & Montanari, M. (1996) *História da Alimentação: da Idade Média aos Tempos Atuais*, Lisboa: Terramar Editores.
- Fontes, António (1992) *Etnografia Transmontana - Crenças e tradições do Barroso*, Lisboa: Editorial Domingos Barreiras.
- Fontes, António (1997) *Etnografia Transmontana II*: Vilar de Perdizes.
- Furtado, Fábio (2004) *A Gastronomia como Produto Turístico*: Revista Turismo [bit.ly/ZlovrV].
- González, Rubén (1998) *O Patrimonio bibliográfico da Ulloa. Guía de publicacións da comarca. Palas de Rei*. Orde das Donas e Cabaleiros do Priorato de Vilar das Donas.
- Henriques, C. (2007) *Turismo cultural e desenvolvimento local: uma relação criativa?*,<sup>13º</sup> Congresso da APDR – Actas do Congresso: Açores.
- Kiple, Kenneth (2008) *Uma história saborosa do mundo: dez milénios de globalização alimentar*, Casa das Letras.
- Lévi-Strauss, Claude (2004) *Mitológicas I: O cru e o cozido*, São Paulo: Cosac&Naify.
- Lima-Reis, José (2008) A história da alimentação portuguesa em livro: Campo das Letras [bit.ly/13uzAGN].
- Oliveira, Antonini (2004) *La gastronomía típica de la islã de Santa Catarina, Brasil. Su identidade como atractivo para el turismo cultural*; Argentina: CIET.

- Malassis, L. (1993) *Alimentar os Homens*, Lisboa: Instituto Piaget.
- Garcia, María do Carmo (1998) *A imaxe de Galicia através das guias turísticas*, Santiago de Compostela: Facultad de Geografía e Historia.
- Pereiro, Xerardo (2003) *Galegos de vila. Antropoloxía dun espacio urbano*, Santiago de Compostela: Sotelo Blanco.
- Pereiro et Conde (S/D) *Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): Análise de uma experiência de desenvolvimento local*.
- Richards, G. (2001) *The Development of Cultural Tourism in Europe: Cultural Attractions and European Tourism*, Oxon: Cabi.
- Ritzer, G. (1993) *The McDonaldization of Society*: PineForge Press.
- Saramago, Alfredo (1999) *Cozinha Transmontana*. Ed. Assírio e Alvim.
- Silva, Carlos (2008) *História da Alimentação*: Edições Colibri [[bit.ly/ZcgiCd](http://bit.ly/ZcgiCd)].

# **ANEXOS**



## Anexo 1 : **Inquérito Gastronomia ao serviço do turismo local**

### 1. **CARACTERIZAÇÃO DO RESPONDENTE**

Casado	<input type="checkbox"/>	Tem Filhos?		Quantos? _____
Solteiro	<input type="checkbox"/>	Sim	<input type="checkbox"/>	
Viúvo	<input type="checkbox"/>	Não	<input type="checkbox"/>	
Divorciado	<input type="checkbox"/>			

### 2. **IDADE** \_\_\_\_\_

### 3. **EM QUE CLASSE OU CONDIÇÃO SOCIOECONÓMICA SE INCLUIRIA?**

<input type="checkbox"/>	MÉDIA - BAIXA	<input type="checkbox"/>	MÉDIA
<input type="checkbox"/>	MÉDIA – ALTA	<input type="checkbox"/>	ALTA

### 4. **NACIONALIDADE**

NACIONAL	<input type="checkbox"/>	CONCELHO DE RESIDÊNCIA _____
ESTRANGEIRO	<input type="checkbox"/>	País _____

### 5. **PROCEDÊNCIA**

<input type="checkbox"/>	Local	<input type="checkbox"/>	Turista
<input type="checkbox"/>	Visitante	<input type="checkbox"/>	Excursionista
<input type="checkbox"/>	Outros: _____		

## 6. Visita a região

<input type="checkbox"/>	Sozinho	<input type="checkbox"/>	Turista
<input type="checkbox"/>	Família	<input type="checkbox"/>	Grupo de amigos
<input type="checkbox"/>	Outros:	_____	

## 7. Viagem (Motivo)

COMO TEVE CONHECIMENTO DA REGIÃO?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ESTÁ DE PASSAGEM?

Sim

Não  Se não, quanto tempo vai ficar? \_\_\_\_\_

MOTIVOS DE DESLOCAÇÃO?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

O QUE PENSA FAZER DURANTE A SUA ESTADIA?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

COSTUMA VISITAR ESTA REGIÃO?

Sim  Quando? \_\_\_\_\_

Não

## 8. Papel da Gastronomia

O QUE SIGNIFICA PARA SI “COMER BEM”?

---

---

---

NA RELAÇÃO QUALIDADE/ PREÇO DO RESTAURANTE, ACHA?

<input type="checkbox"/>	MUITO CARO	<input type="checkbox"/>	CORRETO
<input type="checkbox"/>	BARATO	<input type="checkbox"/>	OUTROS: _____

COMO CLASSIFICA O ATENDIMENTO?

<input type="checkbox"/>	MÉDIA - BAIXA	<input type="checkbox"/>	MÉDIA
<input type="checkbox"/>	MÉDIA – ALTA	<input type="checkbox"/>	ALTA
<input type="checkbox"/>	Muito Fraco	<input type="checkbox"/>	Outros: _____

QUE PROPOSTAS FARIA PARA MELHORAR?

---

---

QUAL O PRATO QUE MAIS LHE AGRADA?

---

---

QUAL O PRATO QUE MENOS LHE AGRADA?

---

---

COMO TEVE CONHECIMENTO DESTE RESTAURANTE?

<input type="checkbox"/>	AMIGOS	<input type="checkbox"/>	MÉDIA
<input type="checkbox"/>	MÉDIA (TELEVISÃO, RÁDIO, INTERNET)	<input type="checkbox"/>	ALTA
<input type="checkbox"/>	Outros: _____		

RECOMENDARIA ESTE RESTAURANTE?

Sim

Porquê?

---

---

Não

Porquê?

---

---

QUE "IMAGEM" É QUE LEVA DA GASTRONOMIA DESTA REGIÃO?

---

---

---

TENDO EM CONTA O QUE ABSORVOU E AQUILO QUE DEGUSTOU, COMO CLASSIFICA A GASTRONOMIA NO CONCELHO DE MONTALEGRE?

EXELENTE

RAZOÁVEL

MUITO FRACA

BOA

FRACA

Obrigado pela colaboração e pelo tempo disponibilizado.  
P.S.– Não se esqueça de devolver o inquérito preenchido

## Anexo 2: **Entrevista Proprietários dos restaurantes**

1. Quais os pratos mais consumidos e procurados pelos turistas/visitantes?

---

---

---

---

2. Onde e a quem compra os produtos e se cozinha produtos locais?

---

---

---

---

---

---

3. Que pratos cozinha e qual a sua preparação?

---

---

---

---

---

---

4. Promove os produtos locais junto dos seus clientes e se realiza jornadas gastronómicas?

---

---

---

5. Proveniência dos vinhos?

---

---

---

6. Que formação técnica tem os seus trabalhadores?

---

---

---

7. Que idiomas é que conhece?

---

---

---

---

---

8. Promoção da imagem local?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

9. Relação com os outros restaurantes é boa?

---

---

---

---

---

---

---

---

10. Estratégias e sugestões de melhoria com os produtos locais?

---

---

---

---

---

---

---

---