

Gastronomia de Taberna & Storytelling: Saberes e Sabores Que Reforçam a Identidade Cultural do Território¹

Tavern Gastronomy & Storytelling: Flavors and Narratives Reinforcing Territory Identity

Josefina Salvado

josefina.o.salvado@gmail.com

Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades (CIDEHUS)
Universidade de Évora

Ana Maria Ferreira

amferreira@uevora.pt

Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades (CIDEHUS)
Universidade de Évora

Jaime Serra

jserra@uevora.pt

Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades (CIDEHUS)
Universidade de Évora

Noemi Marujo

noemi@uevora.pt

Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades (CIDEHUS)
Universidade de Évora

Resumo/ Abstract

A gastronomia de taberna, quando observada pela lente dos rituais identitários dos destinos, reflete os diversos marcadores simbólicos da sua génese cultural, permitindo que os saber fazer e os gostos culinários sejam mantidos vivos, e se tornem agentes de progresso regional. Os patrimónios alimentares são espaços de inovação (criatividade) e permanência (tradições), onde se valoriza cada vez mais não só o momento de preparar a comida, mas ainda os modos de socialização, de transmissão cultural e de storytelling. Aplicou-se uma metodologia de “triangulação” de fontes, contendo uma análise comparativa entre três livros de receitas tradicionais, visando elencar os pratos e petiscos mais autênticos e emblemáticos da gastro-

The tavern gastronomy reflects several cultural symbolic markers, allowing intangible heritage and culinary tastes to be kept alive. Taverns are spaces of innovation (creativity) and permanence (traditions), where socialization modes, cultural transmission and storytelling are increasingly appreciated by tourists. A "triangulation" of three sources (cookbooks) was used as methodology, aiming to list the most authentic and emblematic dishes of the Alentejo gastronomy. Municipalities and tourism entities must cherish the tavern concept, supporting the safeguarding and preservation of these spaces and cultures and also the territory development.

¹ A investigação, produção e publicação do artigo recebeu financiamento ao abrigo do programa de fundos europeus FEDER/PT2020 e financiamento nacional proveniente da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) - UID/HIS/00057/2013 – POCI-01-0145-FEDER007702 projeto - CIDEHUS

nomia Alentejana. Importa que os Municípios e as entidades de turismo acarinhem o conceito de taberna apoiando a salvaguarda e preservação desses espaços e dessas culturas, e com isso, promover o desenvolvimento do território.

Palavras-chave: Taberna de gastronomia; Património cultural & criativo; Rota das tabernas; Alentejo

Código JEL: Z32, R11, A14, N9

Keywords: Gastronomy; Cultural & creative heritage; Taverns Route; Alentejo

JEL Codes: Z32, R11, A14, N9

1. INTRODUÇÃO

“A cozinha de uma região é uma linguagem na qual ela traduz inconscientemente as suas estruturas”, Levi-Strauss,(1964)

Desde os primórdios da civilização, que o homem vem construindo uma narrativa a partir da mesa (como estratégia na guerra e paz, em acordos de casamento, na sociabilidade, nos protocolos, em demonstrações de poder, riqueza e hierarquias, ...), criando uma identidade culinária (através da escolha dos alimentos, processos e técnicas) e diferenciando a gastronomia (pelos saberes, sabores, gostos e sociabilidade), dando assim sentido ao universo onde está inserido.

Atualmente, e segundo Jean-Louis Rastoin no prefácio de Noronha (2016), o corpus científico da economia agro-alimentar é ainda reduzido. O conceito de sistema alimentar é relativamente novo e ainda pouco explorado, apesar do grande interesse teórico e empírico que tem. Em Portugal este caminho vai sendo construído, e materializado na Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000 (2000:3618-3620), onde a cozinha tradicional viu consagrada a sua importância, associada à identidade nacional.

“É hoje inquestionável que a identidade cultural dos povos, a par de bens corpóreos que testemunham o respetivo percurso civilizacional, integra ainda um vasto património intangível que, ao longo do tempo, vai revelando a sua particular visão da realidade. Entre estes modos de expressão cultural, muitas vezes sem suporte físico e mais vulneráveis do ponto de vista da respetiva preservação, mas contudo relevantes pelo contributo para a caracterização de certos aspetos de uma nação

ou das partes que a compõem, figuram, entre outras, as artes culinárias. Entendida como o fruto de saberes tradicionais que atestam a própria evolução histórica e social do povo português, a gastronomia nacional integra pois o património intangível que cumpre salvaguardar e promover.”

Esta norma transmite a ideia de que os sabores e saberes tradicionais atestam a evolução histórica e social do povo português e que a gastronomia nacional integra o património intangível, que cumpre salvaguardar e promover. Por outro lado, importa destacar que os sistemas culinários constituem um espaço de inovação (criatividade) e de permanência (tradições), valorizando não só o momento de preparar a comida, mas os modos de socialização e partilha da refeição e de transmissão cultural de histórias (storytelling).

A inspiração fundadora deste trabalho, centrou-se na temática da alimentação de taberna, associada a um espaço território do Sul de Portugal, o Alentejo (Figura 1), visando criar maior notoriedade turística e explorar o potencial desenvolvimento daquele território. Seguindo o pensamento de Rastoin, in Noronha (2016), é essencial a conceção de um sistema de alimentação «regionalizado», de maior proximidade e em linha com os objetivos de desenvolvimento sustentável. A economia de taberna pode assim, contribuir para reduzir os circuitos longos típicos do sistema alimentar global, bem como estreitar os laços entre as pessoas nas comunidades, promover os legados gastronómicos das regiões e dar a conhecer aos visitantes as suas tradições e costumes.

O termo "taberna" e "taverna" deriva etimologicamente do latim taberna e do grego ταβέρνα, que significa "abrigo" ou "oficina",

sendo um espaço privilegiado de socialização. Conforme cita Orlando Leite “após um dia de jorna (as tabernas) eram pontos de encontro

inevitáveis, nos quais se partilhava a bebida e se carpavam mágoas e discussões” (Leite, 2012:5).

Figura 1 – Território de estudo



Fonte: Guia de restaurantes certificados do Alentejo (2014:6), in https://www.visitalentejo.pt/fotos/editor2/eBooks/guia_de_restaurantes_certificados_do_alentejo_pt.pdf

Existe uma forte relação do território (através da gastronomia) com a taberna e a relação da taberna com a economia local. De notar que a taberna é uma atividade económica que tem o vinho como principal produto comercializado, sendo um garante de negócio para os produtores locais. Na região do Alentejo a relação da taberna com a economia local não se limita ao vinho, destacando-se a caça e os produtos hortícolas locais. O pequeno produtor agrícola, na maioria das vezes frequentador da taberna, que pratica uma agricultura de subsistência, encontra na taberna o local de escoamento do excedente da sua produção. O mesmo acontece com o caçador sazonal que ao vender determinada peça de caça ao taberneiro, para a confeção de determinado petisco, obtém um rendimento extra. Portanto a taberna poderá ser um catalisador do desenvolvimento regional.

A realidade descrita em cima, alimenta a memória da minha vivência de infância, recordando as tabernas como um local onde bebiam

os homens da terra, onde se comprava vinho ao quartilho, se petiscava, se adquiria o conduto (queijo, linguiça, azeitonas, peixe, presunto, pão), se comprava o coto de cera, os fósforos e o petróleo e se aviavam alguns víveres para a casa. Por vezes havia alguém que tocava e cantava e pagava-se a pronto ou conseguia-se fiado (“ponha no livro” como diziam), com acerto de contas no final do mês (ou quando possível).

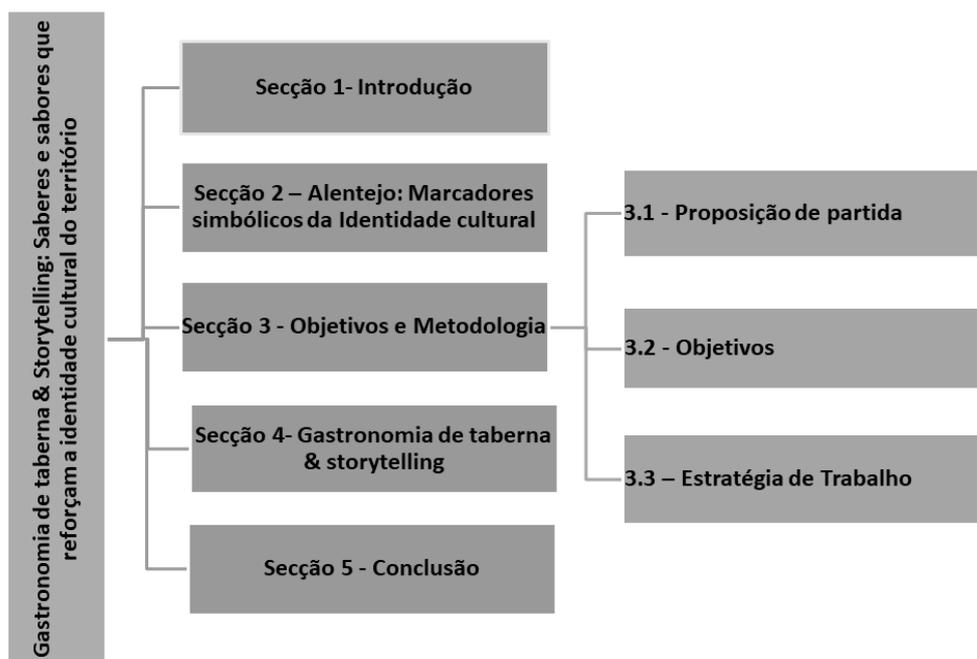
A taberna de ontem deu lugar a restaurantes tradicionais hoje, oferecendo vinho e pratos típicos da região, guardando no seu espaço memórias de outros tempos, expressos na arquitetura, no mobiliário e na decoração. Para além da gastronomia típica alentejana, a sua vertente cultural e de sociabilidade englobam as histórias contadas e recontadas aos clientes. Este ambiente e narrativas, possuem grande potencial de promover a notoriedade do destino e de alavancar as dimensões identitária, económica, social, cultural e turística desses

espaços-território. Para dar corpo a essa mensagem, o trabalho engloba 5 secções conforme mostra a figura 2.

Na **Secção 2**, o trabalho inicia com uma profunda revisão de literatura acerca dos diversos povos que ocuparam o Alentejo. Soares (2010) destaca a existência de um vasto capital cultural acerca da temática “Alimentação”, observando-se um elevado grau de especialização nos domínios da seleção e preparação de alimentos. Soares, (2011) menciona ainda, que a mais antiga e abundante fonte grega de que se tem conhecimento (do séc. IV a. C.), no âmbito da literatura gastronómica especializada, vem atribuída a Arquêstrato, um autor siciliano. O conceito de “taberna”, acomoda um património coletivo que foi legado às comunidades e transmitido através de gerações, que se quer vivo. No caso do Alentejo os saber fazer e

os gostos culinários são tributários dos povos e das civilizações que habitaram aquele espaço-território, revelando no seu receituário culinário e gastronómico, influências várias: Fenícias, Celtas, Romanas, Visigóticas, Muçulmanas. Desse contacto, diversos marcadores simbólicos emergiram, resultando em ícones da sua identidade cultural. No período do Séc. XV a XIX a composição das receitas, as técnicas de confeção e produtos utilizados, são muito variados, evidenciando todas as culturas que partilharam connosco os seus sabores e saberes. Na **Secção 3**, definem-se os objetivos e aplica-se uma metodologia de “triangulação” (Blaikie, 1991) de dados de 3 fontes impressas do Século XX, sem antes particularizar a linhagem de livros de receitas em Portugal, desde o Século XV a XIX.

Figura 2 - Esquema de trabalho



Fonte: Produção própria

Na **Secção 4** pretende-se refletir acerca das evidências práticas dos atributos identitários, que ainda no seculo XX, são referências simbólicas da cozinha tradicional alentejana, e que poderão gerar interessantes argumentos para o storytelling. Elencam-se os símbolos gastronómicos do Alentejo, através da análise de três obras de referência culinária, “A cozinha tradicional portuguesa” de Maria de Lourdes Modesto, a “Cozinha de Portugal – Alentejo” de Maria Odette Cortes Valente e o “Guia das

Tascas e Tabernas de Portugal” de Orlando Leite. A análise destes livros de culinária como fonte histórica, seguiu a grelha de Albala (2012), respondendo sempre que possível a 5 questões: quem escreveu, quando e onde foi publicado, qual o público-alvo e porque foi escrito.

Na **Secção 5**, conclui-se que, comer e beber é uma necessidade natural e fisiológica de todos os homens, em todos os tempos, sendo sobretudo um ato de sociabilidade, cuja lin-

guagem o Homem utiliza para comunicar e conviver (Coelho:1994). Acompanhando este espírito, a gastronomia e vinho nas tabernas alentejanas permitem a salvaguarda deste património histórico material e imaterial, sendo um poderoso catalisador de outras dimensões (turismo, económica, humana e de memória), com impactes no desenvolvimento dos espaços-território. A gastronomia e vinhos dos territórios, olhados na perspectiva dos rituais identitários dos destinos, podem ser potenciados através de narrativas de *storytelling* cultural. Segundo vários autores (Kim, Jong-Hyeong & Youn, Hyewon, 2017) esta ferramenta incrementa a performance da Oferta (ao mostrar novas dimensões de diferenciação no desenho de produtos e serviços turísticos) e agrega valor à Procura (ao envolver o visitante com as comunidades, potenciando a cocriação de valor das experiências). Por fim, as tabernas podem auxiliar a criar experiências memoráveis para os turistas, gerando lembranças e sensações positivas no seu imaginário e por consequência um desejo de repetir a experiência. Todos estes argumentos são poderosos potenciadores do desenvolvimento dos territórios.

2. ALENTEJO: MARCADORES SIMBÓLICOS DA SUA IDENTIDADE CULTURAL

O Território é a base material da paisagem. A Convenção Europeia sobre a Paisagem, aprovada pelo Conselho da Europa em julho de 2000, define o conceito de Paisagem como “um componente básico do património natural e cultural europeu”, dando-lhe assim um significado “coletivo”. Por outro lado, a palavra “Território” deriva de terra, terra trabalhada e vivida, o que lhe dá desde logo, um estatuto de autenticidade, telúrico e ancorado.

Portanto, dentro dos territórios existem lugares, que estão relacionados com a dimensão cultural e com a identidade do espaço onde as relações de proximidade e afetividade dos indivíduos se entrelaçam (Martins, 1882; Guia de Portugal, 1995). Oliveira Jorge (2005) reforça esta ideia, considerando que o território é entendido como o espaço produzido e apropriado pela sociedade (portanto é um ato comunitário), composto pela inter-relação dos objetos naturais e culturais. Expressa-se em cada território, uma identidade cultural que apela a um

discurso assente na unidade e singularidade do coletivo.

Em Portugal, a essência do termo “coletivo” é pouco pacífico, colocando em discussão uma grande variedade de sentidos e uma multiplicidade de representações. Diversos autores possuem opiniões divergentes quanto ao elemento que permitem garantir a originalidade dos espaços geográficos do norte e do sul, quanto a cultura, tradição e costumes.

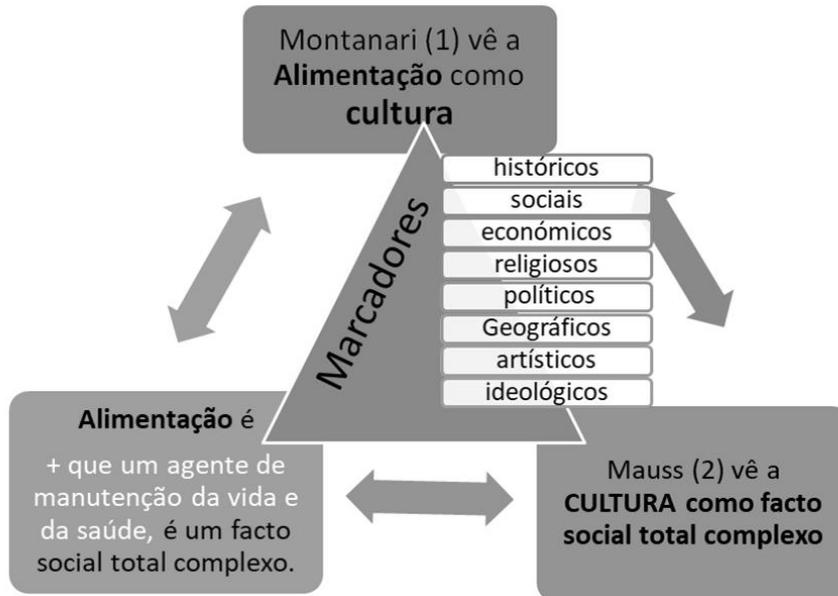
Por exemplo Cabral, (1992) coloca a tónica no conjunto de fatores geográficos, sociais e económicos, que enformam “duas culturas substancialmente distintas”, a do norte e a do sul. Ratazzi, (1997) corroborou esta ideia, quando escreveu no seu livro de recordações acerca de Portugal, dizendo que o país se podia dividir em duas regiões distintas, a do norte, muito produtiva e cultivada, e a do sul, com alguma analogia ao deserto do Saara. Por seu turno, Vasconcellos, (1982), alega que os “habitantes do norte e da beira são mais humildosos do que os do sul”, Figueiredo, (1903) considerou o contraste religioso entre o norte e o sul, resultante do maior contacto das gentes do sul com o islão e Ribeiro (1967) discernia que a dualidade no território português, tinha um cariz geográfico, assente em influências atlânticas a norte e em mediterrânicas a sul, ao que acrescentava a clivagem entre litoral e interior.

Portanto, sendo um país relativamente pequeno em tamanho, possui uma grande diversidade em termos de paisagem cultural, na qual se incluem os patrimónios alimentares. No que respeita à alimentação, Montanari (2004) vê-a como cultura, e Mauss (1968) refere-a como facto social total complexo, sendo o resultado da junção de várias dimensões: históricas, sociais, económicas, religiosas, políticas, geográficas, artísticas e ideológicas e não apenas um agente de manutenção da vida e da saúde. (Figura 3) Da integração dessas dimensões resultam marcadores de diferenciação que permitem construir identidades. Será a linguagem do Alentejo e as suas linhagens culturais, que se podem descobrir nas próximas secções.

Portanto perante tal diversidade de opiniões, optou-se por fazer uma breve referencia a marcadores (históricos, geográficos, de carácter, sociais e religiosos) que influenciaram a alimentação do espaço-território Alentejo. Percebe-se que os diversos povos que ocuparam o território, ao partilharem os seus saberes, sabores, técnicas e etiqueta, deixaram um valioso legado de patrimónios (material, imaterial

e móvel) e uma herança cultural que ainda hoje permite a diferenciação regional em Portugal.

Figura 3 – Alimentação como facto social total



Fonte: Produção própria com base em Montanari, Massimo (2004 1ª edição) (2006) e Mauss, Marcel (1968:147).

2.1 Marcadores históricos do território do Alentejo

Partindo do significado de “nação” como entidade, esta põe em evidência uma variedade de sentidos e uma multiplicidade de representações que assinalam e definem os territórios, garantindo a sua originalidade quanto à cultura, tradição e costumes. Branco (1999) alega que o conceito de “nação” determinou que a identidade nacional estava assente num discurso de unidade e singularidade coletivas. No respeitante ao Alentejo, e de acordo com Saragamo et al. (2000), o território foi ocupado por diversos povos Fenícios, Celtas, Romanos, Visigodos e Muçulmanos, que partilharam os seus saberes, técnicas, etiqueta e modos de socializar.

2.1.1 Os Fenícios

Os Fenícios povoaram a região alentejana no séc. VII a.C., tendo trazido uma grande quantidade de melhoramentos, como as formas de escrita e a abertura de rotas comerciais, influenciando a vida dos povos indígenas do Sul do país. No setor agrícola intensificaram as áreas de cultivo de cereais (cevada, trigo), vegetais (ervilhas, lentilhas, favas, alhos, cebolas, pepinos, alhos-porros), árvores de fruto (figueira, macieira, romãzeira, amendoeira e

videira) e introduziram novos métodos no fabrico do vinho e do azeite. Os Fenícios trouxeram a técnica de preparação do *Garum* e outras formas de conservação do peixe (salga).

No setor tecnológico inovaram a metalurgia do ferro (fabricaram armas e utensílios domésticos) e introduziram a roda de oleiro e noções de olaria, com impactes nas condições e conservação dos alimentos. A tradição de moldar o barro, na produção de talhas e outros utensílios domésticos ainda é uma referência no Alentejo (exemplo a Casa do Barro - Centro Interpretativo da Olaria de S. Pedro do Corval e a produção de talhas vinárias). Quanto à vinha, ela é muito antiga no território alentejano, mas só a partir do séc. VII a. C. começou a ser cultivada com a intenção de produzir vinho. Diogo, (1988), refere que nessa época o vinho era guardado em ânforas (“ânforas vinárias”) bebendo-se cortado com água devido ao seu teor alcoólico e espessura. No respeitante ao azeite, era utilizado inicialmente em rituais religiosos, na iluminação, para práticas medicinais e higiénicas e por fim na alimentação. Pela primeira vez é estabelecida a diferença entre “civilização” (consumo de azeite e vinho) e a “barbárie” (consumo de cerveja e manteiga animal).

Portanto, ainda hoje muitos destes produtos agro alimentares alentejanos foram classificados como DOP – Denominação de Origem Protegida, como o Azeite de Moura DOP,

Azeites do Alentejo Interior DOP, Azeites do Norte Alentejano DOP².

2.1.2 Os Celtas

Os Celtas (bárbaros – grandes devoradores de carne) chegaram no séc. VI a. C. vindos por terra, do centro e norte da Europa, baseando os seus costumes na caça e pastorícia, trazendo as técnicas da Idade do Ferro. Nos seus hábitos alimentares estava a carne de vaca e porco, caça, trigo, favas, derivados do leite, queijos e manteiga. A mistura das duas singulares civilizações permitiu a coexistência das “cozinha civilizada” e “cozinha barbara” criando uma identidade própria à culinária local. Os produtos resultantes de atividades de pastorícia como os Queijo de Évora DOP, Queijo de Nisa DOP, Queijo Serpa DOP³, Requeijão Serpa, e a caça são uma referência do território alentejano.

2.1.3 Os Romanos

Os Romanos iniciaram em 45 a. C. o processo de aculturação intencional do território alentejano, seguindo as regras de Roma. A agricultura conhece uma enorme intensificação, privilegiando a monocultura - vinho, azeite e trigo – e a indústria especializou-se com a fabricação de cerâmica, preparação de peixe e exploração mineira. A romanização alastrou-se à religião, usos, costumes e alimentação, influenciando as gentes locais. Pessoas importantes vindas do império, instalam-se em grandes cidades como Évora, Beja, Mértola, Alcácer do Sal, etc, trazendo com eles hábitos alimentares e maneiras de estar à mesa mais sofisticadas. Estes romanos eram muito urbanos o que fez as cidades ganharem poder, ficando o campo como uma atividade menor, com o objetivo específico de alimentar as cidades do império. Perante esta explosão populacional durante o séc. I d. C., o comércio incrementou-se sendo necessário importar vinho da Itália e Espanha. O intercâmbio de produtos, a facilidade de transporte e as novas formas de conservação originou uma modificação nos hábitos alimentares, enriquecendo-se as práticas culinárias. Nasce uma “cozinha civilizada” que era sustentada por 3 pilares: a convivialidade, o género dos alimentos consumidos e a cozinha.

- **A convivialidade** foi o elemento estruturante da sociedade humana, significando conviver à mesa, mostrando agregação ao grupo e manifestando as identidades. O comportamento romano filia-se na prática grega do *symposium*, que reunia os convivas após o repasto, para beberem vinho, mostrando com isso um sinal de civilização. Os Gregos ritualizavam o ato de beber vinho, tomando-o numa cerimónia diferenciada do banquete (os gregos não bebiam vinho quando comiam). Os gregos dominavam o ato de beber vinho, sabendo parar. Por seu turno, os romanos dessacralizaram o ato de beber vinho, acompanhando as refeições com ele.

- **Alimentos consumidos: O pão** (alimento básico na norma alimentar romana). Foram os padeiros romanos que fizeram a primeira receita de massa de pão com mel e azeite. As tibornas feitas de pão quente polvilhado com sal e regado com azeite era uma cortesia que os ajudantes de padeiro faziam ao mestre. Atualmente o pão alentejano é uma referência da gastronomia nacional (Produtos Tradicionais Portugueses, Lisboa, DGDR, 2001).

- **O azeite** (a azeitona era o elemento assistencial do pão, sendo comidas depois de “adoçadas” e temperadas com sal e com orégãos. Foram os romanos que trouxeram para o Alentejo uma massa feita de azeitona esmagada, à qual adicionavam alho pisado e sal. O **vinho** (os romanos intensificaram o cultivo da vinha no Alentejo, que já estava implantada e usavam técnicas inovadoras de enxertia). Esta trilogia (pão, azeite e vinho) do “fazer”, distingue os homens civilizados dos animais.

Para o homem civilizado a agricultura é um fundamento da sua condição de civilização, pois é uma atividade que apoia a confecção dos seus próprios alimentos e desenvolve a prática de criar os seus próprios animais domesticados. Mas os alimentos “civilizados” não eram suficientes e os povos tiveram de se dedicar à pastorícia, à caça e em transformar em farinha outros cereais como a cevada e o centeio, com as quais era feita uma papa (base da alimentação). Os romanos consumiam muito leguminosas (fava, grãos, lentilhas, etc), vegetais (couve, nabos, rábanos, cebolas,) cogumelos e utilizavam ervas aromáticas. Comiam pouca carne de vaca pois apenas era permitido o seu consumo após um ritual de sacrifício. O porco era bastante consumido.

² <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/zona-geografica/alentejo>

³ <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/queijos-e-produtos-lacteos?start=18>

• **Estrutura da cozinha:** os romanos estruturaram uma cozinha eficiente na confeção dos alimentos e de os tornar agradáveis ao paladar. Surge o conceito de dietética e de saúde na cozinha (com a medicina dos humores: quente, frio, seco, húmido). Pedia-se à cozinha que fosse capaz de juntar quente onde exista excesso de frio, húmido onde exista

excesso de seco, etc. A cozinha foi considerada uma forma de correção da natureza, através do uso dos temperos, da arte de combinar os alimentos, da ordem dos pratos a serem servidos, das técnicas de cozimento, etc.. Por outro lado, os romanos gostavam de ter uma horta com legumes, frutas e uvas.

Quadro 1- Resumo de algumas características alimentares da cozinha árabe

Interditos	A cozinha árabe não permitia alimentos de porco. O vinho era tolerado.
Pão	A cozinha árabe nasceu numa região pobre onde os pastores nómadas viviam de laticínios, um pouco de carne de borrego e legumes. Nos oásis havia um pouco mais de variedade como cereais, legumes e frutos. A escassez de alimentos esteve na origem de um prato (tarida = migas de pão) baseada em pão mergulhado em caldo e temperado com azeite. Este prato é a génese da açorda à Alentejana e com ele se podia acompanhar de carne, peixe, ou vegetais.
Carnes	No que respeita às tradições alimentares dos árabes, estes gostavam de carne gorda de animais novos, assada ou frita em manteiga ou azeite. Preparavam vários guisados com massas, arroz e espinafres. Comiam carnes assadas no forno (tannûr = forno em barro cilíndrico côncavo) com molhos. Preparavam ensopado de carneiro, guisado borrego e cabeça assada no forno – (assada com ou sem a lâ). Usavam carnes de carneiro, borrego, criação de capoeira, caça, vaca, pombo (criavam pombos - Alentejo possui muitos pombais), pássaros, codornizes eram a maior preferência alimentar. Receitas: Galinha albardada; galinha mourisca; almondegas;
Peixes	Quanto aos peixes apreciavam mais atum e a sardinha, mas não lhes davam grande valor dietético. Faziam escabeche de peixe.
Sopas açordas e Legumes	Confecionavam Sopas de grão com labaaças (erva azeda ou espinafre limão) usando cenouras, couves, espinafres, cebola, alho, alho-porro. Açorda;
Molhos	Escabeche;
Pª Perfumar	Musgo, a alfazema, água de rosas, canela, noz-moscada
Pª Temperar	Para temperar carnes usavam marinadas, deixadas de um dia para o outro, feitas de vinagre, leite, sal, especiarias. Usavam o almofariz para pisar carne para fazer almondegas. Por norma juntavam açúcar e maceravam as carnes antes de as confeccionar em leite azedo e especiarias.
Pª Dar cor	Açafrão e espinafres enfeitar pratos antes de servir;
Pª Melhorar o gosto	Uvas, tâmaras, amêndoas, nozes, avelãs, pinhões e pistácios
Pª ativar o Doce do amargo	Maças e romãs
Pª Adoçar	Açúcar e o mel
Pª Dar maior consistência	Cereais e leguminosas que juntam ao alimento principal; ovo para dar consistência aos molhos
Conservar legumes (Pickles)	Usavam o limão, vinagre, laranja para compor sabores azedos e com eles faziam conservas (pickles) de alcaparras, azeitonas e outros legumes; Temperavam azeitonas com sal e orégãos.
Frutos	Desenvolveram formas engenhosas de acondicionar e conservar frutas. Os melões e melancias (originários da Índia) eram embalados em caixas de chumbo e cobertos de gelo. “Inventaram” os damascos; incrementaram a produção de figos que conservavam secos e em calda;
Xaropes, Doces e compostas	Aperfeiçoaram e divulgaram as compotas, xaropes e geleias. Faziam sumo de doce de fruta preparado com fruta macerada em açúcar;
Bolos e doces	Na fabricação dos bolos e doces de colher usam ovos, amêndoas, nozes, avelãs, mel, queijo branco e queijo fresco, açúcar, pistácios, canela e açafrão. Algumas massas eram fritas em azeite. Faziam nogados com mel, açúcar, nozes e avelãs. Alcomonias (mel, pinão, água, canela e tolão); aletria; alfite; alfeloas; almojavanas; massapão; As sobremesas levam açúcar, nozes, e amêndoas pisadas. Os frutos eram acompanhados de vinho da melhor qualidade.
Ervas aromáticas	Coentros frescos, hortelã, tomilho, manjerona, funcho
Produtos comuns	Sal, pimenta, coentros em grão, gengibre, vinagre e laticínios
Gorduras	As gorduras utilizadas eram de carneiro (para clarificar, conservar, perfumar e colorir), a manteiga e o azeite
Laticínios	Os muçulmanos apreciavam muito: queijos frescos e curados;
Bebidas	Água, sumos de fruta e algumas bebidas semi-fermentadas à base de mosto de frutas (arrobe); xaropes à base de rosas, mel, romãs, violeta, pêssego, hortelã-pimenta; hidromel;
Vinho	O consumo de vinho era proibido mas o Corão não castigava os desvios. Era vendido sem restrições em tabernas legais ou clandestinas. Na época almorávida (1040 – 1147) e almóada (1121 – 1269) só as classes sociais altas bebiam publicamente, deduzindo que as outras bebiam clandestinamente. O vinho deveria ficar um dia exposto ao sol para ganhar espessura.

Fonte: Produção própria com base em Braga (2007); Braga, (2008); Saramago, Madeira, Vale & Fialho, (2000)

Fruto da junção da civilização Fenícia e Celta, os romanos encontraram no Alentejo, pão, vinho, azeite, trigo, pomares, legumes e produtos hortícolas, algo semelhante à sua alimentação em Roma. Tiveram conhecimento de um porco mais gostoso pois era alimentado com bolotas e tiveram conhecimento de um conjunto vasto de ervas aromáticas, que era desconhecido na cozinha romana. O contributo romano foi a melhoria das técnicas na agricultura (novas alfaias, moinhos manuais de grão, enxertias, ...), horticultura e hidráulica (regadio, cegonha, nora), que permitiu uma produção em maior quantidade e de melhor qualidade.

2.1.4 Os Suevos e Visigodos

Durante os séc. III e IV a relação de forças entre bárbaros e o império romano inverteu-se, com o aparecimento de um novo mundo germânico, apologista da ruralização e que sobre pôs o seu poder civil e religioso. Os Visigodos entraram no Alentejo no Sec. V respeitando a romanização, alterando apenas a organização política e administrativa. Nesta época a cidade perde o seu poder em favor do rural. O Alentejo vê valorizar as suas terras e a dignificação dos seus trabalhadores e agricultores. O comércio decresceu, mas o autoconsumo fortaleceu-se, dispondo as populações de alargado leque de produtos alimentares. Incrementou-se a cultura “barbara” associada à caça (inscreve-se nos termos visigóticos a coutada, o defeso, etc) e criação de gado.

2.1.5 Os Muçulmanos

A influência muçulmana (berberes, árabes e judeus) ocorreu no Século VIII com efeitos a nível da língua, da política, da religião, da sociedade e na alimentação, atenuando-se no século XV com a sua expulsão de Portugal (Braga, 2008; Saramago, Madeira, Vale & Fialho, 2000). As relações entre cristãos e muçulmanos regularizaram-se facilmente com a acomodação de ambos os costumes, adotando um estilo de vida inspirado nas aristocracias vencidas. O quadro 1 resume algumas características alimentares da cozinha árabe, usando de forma imaginativa a combinação de ingredientes e de especiarias.

A cozinha Alentejana foi muito permeável às influências dos invasores com predominância para a muçulmana, com especial enfoque

nas especiarias e no açúcar. Muita da doçaria de origem árabe é hoje considerada marca de território (Receitas e Sabores dos Territórios Rurais, MINHA TERRA, 2013), como por exemplo as Alcomonias. É ainda tributária de uma “cozinha de estação”, com a “comida de verão” (por exemplo com os gaspachos) e a “comida de inverno” (por exemplo sopas).

2.1.6 Época Medieval

Com o advento da Reconquista e sem as restrições do Islão quanto a alguns alimentos, o porco voltou a ter apoio seguro na alimentação. As tradições celtas e visigóticas avivaram-se ao considerar as ovelhas e cabras não como fornecedoras de carne, mas que se deveriam conservar vivos para se obter deles o leite e a lã. A economia agrária ligada aos cereais expande-se também, tendo a igreja um forte contributo o que permitiu a acumulação e o armazenamento. Neste período (após séc. XIII) a igreja acumulou grandes riquezas e recebeu mercês, instalando-se diversas ordens religiosas e militares em todo o Alentejo, sendo detentoras de vastas terras. Os conventos e mosteiros funcionavam como pousadas, desenvolvendo uma cozinha que se denominou de “cozinha conventual”. Existe um vasto receituário alentejano com esta denominação, como por exemplo os citados no trabalho de Barros (2001) “Produtos Tradicionais Portugueses” para a DGDR, onde para além das influências culturais se verificam fortes repercussões do ambiente físico.

2.2 Marcadores Geográficos

Oliveira Martins (1882:22-31) explora marcadores de localização geográfica, incluindo a diversidade de relevo, a existência de rios e a sua navegabilidade, a relação litoral vs interior, como atributos nucleares da definição e geração de perfis identitários culturais singulares. Este autor acreditava que o carácter das pessoas, os seus hábitos alimentares, de sociedade, capacidade de relacionamento e atividades desenvolvidas (...), eram influenciadas pelo meio físico onde habitavam. No capítulo III da Geografia Portuguesa de Oliveira Martins (1882:26) são descritas as características físicas do nosso país “*Quando se percorre de norte a sul a estreita facha da nação ocidental da Hespanha, encontram-se os sucessivos pro-*

longamentos das cordilheiras peninsulares, galgando uns até ao mar, terminando outros mais distante da costa.” Refere os rios e as bacias hidrográficas que no Sul encontram o Guadiana, destaca as planícies e as “*serras de Guadalupe e Morena onde assentam Portalegre ao norte e Évora ao sul*” (p.27). Já no Guia de Portugal – Estremadura, Alentejo, Algarve (1927:16), Amorim Girão (1958) realça o Alentejo como propício ao cultivo de cereais, como trigo, aveia, cevada, à produção vinho, azeite e fava, e criação de gado, espelhando as influências históricas dos povos que habitaram esse espaço-território e que aproveitaram o potencial dos atributos climáticos, hidrográficos e dos terrenos, tendo tido impactes no receituário culinário. Mas todo o ambiente físico é influenciado pela atividade humana e pelos seus costumes e tradições.

2.3 Marcadores sociais

Silva (1997:39) destaca marcadores sociais apoiando-se na matriz simbólica oitocentista que coloca a tónica no Povo apresentando-o como a “coluna vertebral da Nação, a travessa da “identidade coletiva” geradora de tradições e costumes. Hobsbawm & Ranger (1984) consideram que a “tradição” se caracteriza pela sua invariabilidade, diferenciando-a do “costume” que por seu turno tem uma dupla função de motor e de volante, não impedindo as inovações. Reforçam que o costume deve parecer compatível ou idêntico com a “tradição”. A função do “costume” é dar a qualquer mudança desejada, continuidade histórica e direitos naturais conforme o expresso na história. O “costume” não pode ser invariável, porque a vida está em constante mutação, mesmo nas sociedades tradicionais. No que respeita ao Alentejo e fruto das diferentes miscigenações, primeiro dos Fenícios, depois dos Celtas, dos Romanos, Visigodos e por fim dos Muçulmanos, as populações tiveram de aceitar as regras desses povos.

Nas diferentes ocupações do território, os povos invasores antes dos muçulmanos traziam as famílias, enquanto os últimos vinham apenas homens. A fusão das mulheres autóctones com os muçulmanos durou 500 anos, pois o Corão permitia a poligamia, resultando em evidentes características físicas. A descrição do povo Alentejano, no Guia de Portugal – Estremadura, Alentejo, Algarve (1927:26) ao referir-se à mulher do Alentejo, “olhos árabes,

negros, ramalhudos, chamejantes de volúpia, são por vezes admiráveis” estabelecendo uma desvalorização relativa face ao modelo exemplar de beleza feminina da mulher do Norte. Leite de Vasconcellos referia que o povo alentejano “tinha espírito romano e corpo de um árabe”.

2.4 Marcadores religiosos

Quanto à religião, esta possui um relevo fundamental enquanto determinante cultural e influencia a aceitação e a escolha dos alimentos. Assim e de acordo com Geertz (1926:68), religião é considerada (1) um sistema de símbolos que atua para (2) estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens através da (3) formulação de conceitos de uma ordem de existência geral e (4) vestindo essas conceções com tal aura de factualidade que (5) as disposições e motivações parecem singularmente realistas.

Neste contexto, muitos hábitos alimentares demonstram uma questão de respeito espiritual. Por exemplo, o consumo de peixe em Portugal (tal como em outras sociedades cristãs europeias) está associado a motivações de ordem religiosa. O cristianismo impunha como penitência, jejuns e abstinência de consumo de carne e das gorduras animais, em grande parte do ano (162 dias por ano), o que tornava obrigatório o consumo de peixe, para escapar a uma alimentação de apenas de vegetais.

Garrido (2003) reforça esta ideia, ao referir que a ação das prescrições religiosas, do jejum e da abstinência, ajuda a fixar no mundo mediterrânico e cristão a tradição multissecular do consumo de bacalhau salgado seco. Este é consumido durante a Idade Moderna principalmente pelos camponeses e pelas gentes humildes das cidades, sendo uma subsistência considerada indicador de condições modestas de vida e um elemento fundamental de compensação da pobreza proteica das dietas mediterrânicas. Por outro lado, observa-se uma relativa coincidência da distribuição geográfica das salinas com as fronteiras da Cristandade e com os países da Europa do Sul, explicando em parte a difusão do bacalhau salgado seco nessas regiões. A título de exemplo, no livro Arte de Cozinha de Domingos Rodrigues considerado como “uma cartilha de refinamentos culinários” nas receitas de sexta-feira e sábado

eram cumpridos os interditos alimentares católicos, servindo peixes diversos nos “dias magros” do calendário religioso (Amorim, 1987:181).

3. OBJETIVOS E METODOLOGIA

Como descrito na secção anterior, os sabores e saberes tradicionais da gastronomia e dos vinhos do Alentejo são fruto de vários fatores, desde as condições geográficas e da evolução histórica e social daquele espaço-território. Prova disso está no rico e singular receituário, composto por uma grande diversidade de ingredientes e processos de confeção autóctones, mas também nas tradições ancestrais de sociabilidade.

Para além de uma forte revisão bibliográfica que envolveu o estudo de alguns livros de cozinha desde Séc. XV ao Séc. XVIII, onde se procuraram vestígios da cultura árabe no seu receituário, a metodologia baseou-se ainda na triangulação de dados de 3 fontes impressas de referência: “Cozinha Tradicional Portuguesa” de Maria de Lurdes Modesto na secção “Alentejo” e “Cozinha de Portugal” de Maria Odete Cortes Valente, como balizadoras da identidade e autenticidade do território alentejano, e o “Guia das Tascas e Tabernas” de Orlando Leite, como gastrónomo e líder de opinião, destacando apenas as indicações para o território do Alentejo.

A escolha do livro de Maria de Lourdes Modesto, editado pela Verbo, esteve relacionada com a sua notoriedade, pois foi a mais popular apresentadora de programas culinários de que há memória no país. Por outro lado, a autora refere no prefácio que o receituário culinário incluído no livro, foi “fruto de 20 anos de uma lenta mas emocionante recolha” e do “Concurso de Cozinha e Doçaria Regional Portuguesa”. Quanto à Maria Odete Cortes Valente editado pela Temas e Debates, pouco se sabe da sua biografia, embora se saiba que foi uma estudiosa da cozinha regional, pois compilou receitas antigas que sabia em perigo de se perderem. O resultado foram os 8 volumes da Cozinha Portuguesa e dos quais apenas se estudou o território do Alentejo. Quanto ao Guia das Tascas e Tabernas, editado pela Marcador, foi escrito por Orlando Leite, jornalista da área da cultura e apaixonado pelas tradições e costumes portugueses. Colaborou com vários jornais, organizou a filmografia completa de

Michel Giacometti e editou a coleção “Raízes e Tradições”, entre outros.

3.1 Proposição de partida

As tabernas afirmam-se como equipamentos de sociabilidade, podendo alavancar as dimensões identitária, económica, social e cultural dos espaços-território, mantendo vivas as tradições alimentares (vinhos e petiscos) e de sociabilidade (envolvendo os visitantes/clientes locais com a comunidade, no espaço da taberna). Apoiam ainda no fomento dos destinos através da divulgação do património material (arquitetura e decoração das adegas e tascas) e da criação de narrativas de storytelling, que importa salvaguardar e promover, visando o desenvolvimento do território.

3.2 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho destina-se a investigar se a gastronomia e vinhos praticados pelas tascas e tabernas do Alentejo se revelam identitários daquela região (com base na herança histórica e cultural) e difundir um modelo de *storytelling* que promova o destino e salvide o património imaterial dos saberes e sabores culinários daquele espaço-território.

3.3 Estratégia de Trabalho

Através da análise de conteúdo do receituário do Alentejo nas 3 fontes de cozinha tradicional do Alentejo, serão elencados os diferentes tipos de pratos (Aperitivos, Sopas, Peixes, Mariscos, Açordas e Migas, Aves e Caça, Carnes, Enchidos, Legumes, Arroz, Ovos, Bola, Empadas, Folares, Doces, compotas). A fase seguinte será analisar comparativamente com as fontes anteriores, as ementas das tabernas e tascas do Alentejo, sugeridas por Orlando Leite e identificar as mais emblemáticas. Quanto ao espaço território de análise, e partindo da repartição geográfica de Amorim Girão (1938, 1958), 01 - Entre Douro e Minho, 02 - Trás-os-Montes e Alto Douro, 03 - Beira Alta, 04 - Beira Litoral, 05 - Beira Baixa, 06 - Ribatejo, 07 - Estremadura, **08 - Alentejo**, 09 - Algarve, 10 - Açores e 11 - Madeira, foi escolhido o Alentejo para realizar este trabalho, por ser a actual geografia em estudo no presente pós-doutoramento.

Como resultados esperados, importa considerar que as tabernas existentes no Alentejo,

devam se constituir como uma ferramenta de divulgação da identidade gastronómica e de sociabilidade cultural do território, através do Storytelling, visando o seu desenvolvimento sustentável.

4. A GASTRONOMIA DE TABERNA

A cozinha alentejana de forte matriz árabe (cozinha imaginativa, colorida, perfumada, doce, ...) resultante de cinco séculos de permanência, revela-se abundante em receitas, técnicas de confeção e produtos utilizados, tão característicos daqueles povos. Para conhecer a tónica árabe das receitas nos livros estudados no período do Séc. XIV a XIX, basta observar alguns elementos como: o título das receitas onde se encontra a designação “à mourisca”, ou o nome da receita que comece com “al” (exemplo, “almondegas à”); os ingredientes utilizados para aromatizar, colorir, engrossar, adoçar, tornar agridoce; as técnicas confeção, como assados no forno, guisados; as consistências untosas – uso de carnes gordas e a ausência do porco; os molhos e finalizações ligadas com ovo, entre outras técnicas e outros atributos como detalhado no Quadro 1.

Fazendo um exercício de pesquisa destes atributos, em alguns livros de receitas emblemáticos da nossa cultura, encontram-se essas influências no século XV no Livro de cozinha da Infanta D. Maria com: alfêloas, alfitete, almojavenas, almondegas, galinha albardada, galinha mourisca e massapão, arroz-doce, água de rosas, amêndoas.

No século XVI, no livro “As receitas de cozinha de um frade português Sec. XVI” em Barros, (2014), contam-se alcaparras, alcorcas, almeiroins, almondegas, amêndoa, arros de carneiro, arros de leite de amêndoas, asafrão pisado, asucar rosado, berengellas, caldo de miollo de paõ, caldo de paõ com amêndoas, cebolas, codernizes, coelho, ensopados de galinha, galinha mourisca, carneiro, (...). De notar que os pratos mais populares entre a população árabe residente no reino no século XVI era o cuscuz – sêmola de trigo cozida a vapor – e o alfitete – massa doce composta de farinha, açúcar, ovos, manteiga, cominhos e vinho – sobre a qual se colocava galinha ou carneiro.

No século XVII, com Domingos Rodrigues, na sua “Arte de Cozinha”, cuja 1ª edição é de 1680, inclui um numero considerável de receitas de matriz árabe: almojavenas de diferentes

qualidades de carnes, várias receitas de berigelas, manjar-branco, aletrias de ovos, almondegas de carneiro e de requeijão, carne assada, coelho, frangão, galinha, vitela e pombos de alfitete, carneiro mourisco, escabeche, olha moura, 75 receitas de carneiro e borrego e grande nº de receitas de caça e de aves.

No século XVIII, Francisco Borges Henriques (1715), no seu livro “Receitas de milhores doces e de alguns guizados particulares e remedios de conhecida experiencia que fes para uso da sua caza. No anno de 1715 tem seo alfabeto no fim. [1715-1729]” revela várias receitas de carneiro, coelho, lebre e aves, doces de amêndoas, beringela, cebola, (...). Nos temperos há açafraão, almíscar, gengibre; ervas diversas: coentro, louro, manjerição, manjeronna, orégão, salsa e tomilho, e ainda agraço, água de flores, alcaparra, alho, limão azedo, laranjas doces e amargas, pimentão.

No século XVIII, no “Cozinheiro Moderno ou Nova Arte de Cozinha” de Lucas Rigaud (1999) (1ª Edição 1780) embora tentando dar um “ar afrancesado” nas suas receitas, encontramos 17 receitas de carneiro, 4 de veado, 19 de coelhos e láparos, sopa de almondegas e leguminosas: favas, lentilhas, e outros vegetais como cenouras, (...) e várias receitas doces: bolinhos de amêndoa; massapães; creme de aletria.

No século XIX, no livro “O cozinheiro Imperial” (1843:149) encontram-se 58 receitas de carneiro, cabrito e cordeiro; aves e caça: galinha de alfitete, frangas de manjar branco; massapoes de ovos (...); peixes em escabeche; Doces: arroz-doce; legumes variados e leguminosas: nabos, espinafres, ...

No século XIX na “Arte de cozinha” de João da Mata (1876 1ª edição) (1993 5ª edição) possui assado de galinhola, codorniz e de peru, manjar branco, pato recheado com trufas, cabrito assado, frituras de carne, carneiro estufado, mãos de carneiro, coelho, (...); caldos e açordas varias, (...); vegetais usa espargos, nabos, (...); doces: bolos vários com amêndoa, arroz-doce.

No século XIX, no “O Cozinheiro Completo ou Nova Arte de Cozinheiro e de Copeiro” do Visconde de Vilarinho de São Romão (1ª ed 1849) “ encontram-se várias receitas de cordeiro e carneiro, coelho, lebre, peru, galinha (galinha alfitete, galinha sem osso); vegetais: cenouras, alface, espargos, beringelas; leguminosas: feijões, favas, (...); doces vários com amêndoas, arroz-doce.

No século XIX, no livro “Novíssima arte de Cozinha” de 1889, escrito por um mestre de cozinha, descobrem-se 35 receitas de carneiro, várias receitas de aves e caça; vegetais: espinafres, cenouras, espargos; leguminosas: feijões, favas, (...); doces: manjar branco, e bolos de amêndoa.

Com a expulsão dos muçulmanos e a vontade em consolidar as fronteiras da fé (ou seja cristianizar os territórios), foi promovida a instalação de conventos por todo o Alentejo. O latifúndio tipo de propriedade tão característico daquela região, teve a sua origem no período romano, que juntamente com o trabalho dos frades, dos conventos e do monte, moldaram o perfil de uma região. Nos conventos, as filhas de famílias de classes nobres partilharam os seus dotes culinários com as freiras, produzindo uma culinária requintada, com especial ênfase nos doces conventuais.

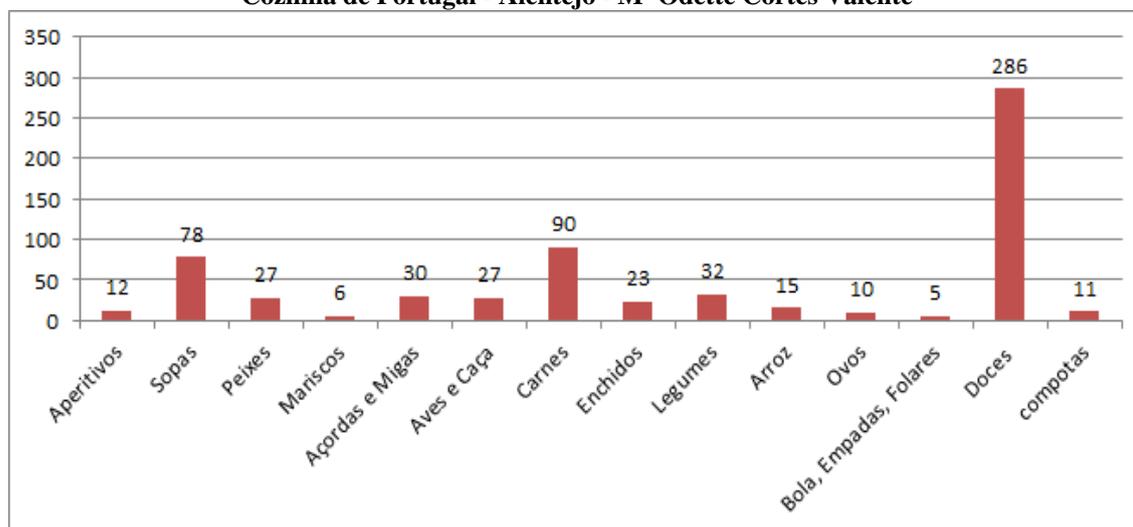
O porco torna-se o rei da alimentação e um aliado alimentar com aproveitamento total. Mas a história gastronómica do Alentejo en-

contra não apenas a mesa farta dos ricos mas também a forma imaginativa dos substitutos do conduto, usados pelas classes mais humildes. Um bom exemplo é a gastronomia que usa o pão como alimento primordial, ao qual se junta azeite e ervas aromáticas, ajudando os pobres a alcançar sabores especiais. Será essa cozinha se sabores e saberes que se desenvolve na secção seguinte.

4.1 A cozinha tradicional Alentejana

Das fontes analisadas, encontra-se uma grande variedade de receitas que usam cheiros e legumes, alhos, coentros, louro, poejos, manjerona, alecrim, orégãos, cardos, beldroegas (...), para preparar sopas, peixes, mariscos, açordas e migas, carnes, enchidos, doces e para apaladar o receituário local. Grande destaque é dado aos doces de influência conventual, às carnes e sopas. (Figura 4).

Figura 4- resumo de receitas das fontes de Cozinha tradicional portuguesa - M^a Lourdes Modesto e Cozinha de Portugal - Alentejo - M^a Odette Cortes Valente



Fonte: Produção própria

De acordo a fonte “Guia das Tascas e Tabernas de Portugal” do autor Orlando Leite, das 78 Sopas registadas nos livros de cozinha de Maria de Lourdes Modesto e de Maria Odette Cortes Valente, apenas um número reduzido surge nos menus, destacando: Sopa cação; Sopa de tomate à antiga; Sopa de beldroegas; Sopa tomate com bacalhau e ovo e Sopa de panela.

No que respeita a Carnes das 90 receitas disponíveis nas obras estudadas, apenas são

indicadas no Guia das tascas as seguintes: Carne do alguidar; cabeças de borrego assadas; ensopado e caldeirada de borrego; borrego assado no forno; cozido de grão; feijoada de cabeça de porco; burras (queixadas de porco) assadas; carne de porco com amêijoas (ou à alentejana); cabeça de xara (porco), presas, secretos e costeletas de porco grelhado, carne de porco frita, favas.

As açordas e migas à alentejana constituem um dos mais conhecidos pratos da gastronomia

da região, onde o ingrediente de base é o pão, produto tradicional do Alentejo. Das 30 açordas e migas referidas no receituário da cozinha tradicional estudado, as mais comuns e utilizadas nos menus das tascas e tabernas foram sugeridas as seguintes: açorda de alho à alentejana; açorda de espinafres com amêijoas; açorda de bacalhau; açorda de beldroegas e migas de batata e cogumelos; migas de espargos; migas com carne de porco; migas gatas; migas de feijão-frade.

Quanto aos doces, foram referidas 286 receitas diversas entre bolos, bolinhos, doces de colher, as mais usuais nos menus das tascas são: manjar de Alcácer; manjar real; pudim de requeijão com amêndoas; sericaia; encharcada; migas doces; pão de rala; bolo de mel e nozes; filhoses com mel; bolo rançoso, entre outros. No que se refere a outros petiscos, surge o incontornável pão alentejano, as azeitonas, os enchidos diversos, desde linguiça, paio, até ao presunto.

O vinho mais referido foi o da talha “da casa”, armazenado em potes de barro o que leva a pressupor que existe produção própria e que utilizam a taberna para o seu escoamento. O vinho de talha mantém-se como um produto único, importante representante do milenar processo de vinificação desenvolvido pelos romanos no Alentejo. De acordo com o indicado no site da adega de Borba, o processo de produção de vinho de talha é um sistema ancestral romano de fazer vinho, onde a talha ou pote de barro, tem uma dupla finalidade, a produção e a armazenagem do vinho. As uvas depois de desengaçadas e esmagadas, são transportadas para dentro das talhas, onde ficam a fermentar durante 3 a 4 semanas. As massas, também chamadas de balsa, sobem à superfície da talha, sendo necessário mexer as talhas misturando o mosto com as películas e grainhas da uva, para que a parte sólida seja mergulhada na parte líquida.

Concluída a fermentação as películas e grainhas vão-se depositando no fundo da talha, formando uma manta compacta, conhecida por mãe. Esta, tem como função principal filtrar naturalmente o vinho para que fique pronto a beber, quando sai da talha por acção da gravidade, através de um orifício que se encontra na parte inferior. O vinho de talha para ser certificado como DOP Alentejo, obrigatoriamente deverá ficar com a “mãe” na talha até ao dia de S. Martinho do ano da colheita (11 de novembro).

4.2 As Tabernas e o *storytelling*

Woodside, Cruickshank & Dehuang (2004) alegam que a indústria do turismo tem vindo a usar estratégias de diferenciação para obter vantagens competitivas, como forma de combater a concorrências entre os destinos turísticos e a uniformização da oferta. Uma forma de tornar únicos os destinos é recorrer à sua história. Por isso os DMOs (Destination Management Organizations) e outras organizações ligadas ao turismo devem apostar ativamente no turismo criativo, e em estratégias de *storytelling* para aumentar a satisfação dos turistas.

O estudo de Soon Choi (2016), mostrou que a narrativa de *storytelling* no turismo, tinha efeitos impactantes no valor da marca do destino e nas futuras intenções de compra dos turistas.

É notória uma tendência global em enoturismo e gastronomia de construir experiências extraordinárias em torno da história ou de estórias (*storytelling*) dos espaços-território, dos produtos autóctones, de acontecimentos históricos, de pessoas e de ambientes singulares, visando diferenciar a oferta e ganhar vantagens competitivas face a outros destinos. A taberna sendo um ambiente de produção e transmissão de memórias, que não se esgota no seu espaço físico nem na gastronomia e vinhos lá consumidos, poderá contribuir de forma criativa para entregar experiências turísticas inovadoras. Este forte interesse da investigação pelo turismo criativo é o resultado da crescente procura de alteridade nas experiências turísticas, com envolvimento emocional na paisagem cultural dos territórios.

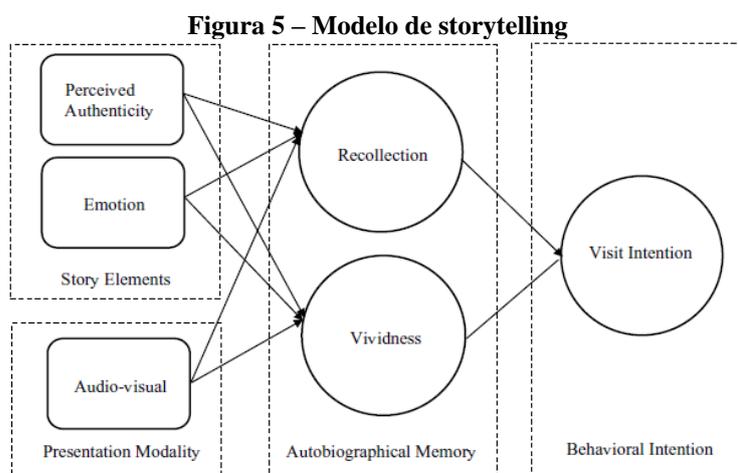
De acordo com Sundbo & Darmer, (2008) o conceito de experiência não é novo, tendo sido introduzido por Gilmore & Pine, (1999) no seu trabalho “The experience economy” aventando que as experiências tendem a substituir os serviços, tornando-se num elemento de valor acrescentado para as organizações e um complemento do produto. O cerne desta questão reside no facto da experiência turística envolver mais do que apenas o produto, devendo ser adicionados outros elementos com valor cultural, criativo e simbólico.

Os valores e princípios culturais da adega e da região devem ser transferidos de geração em geração através da história e de estórias, dando continuidade e significado à vida, estimulando a imaginação e envolvendo emocionalmente os intervenientes (anfitrião/visitante).

A narração de histórias, como um meio eficaz para a entrega de experiências turísticas, recebeu atenção crescente de vários investigadores, como por exemplo, Chronis (2008) que sugeriu que os destinos podem ser vistos como paisagens, onde o ambiente físico é negociado, moldado e transformado através de uma história desenvolvida e que uma história real ou fictícia sobre um destino pode fornecer uma vantagem competitiva única, proporcionando uma experiência significativa aos visitantes. Gilmore e Pine (2007) argumentam que a prin-

cipal fonte de vantagens competitivas de um negócio/destino é aprender a criar autenticidade, gerindo a percepção dos visitantes. Segundo Hall & Sharples, (2008), os eventos gastronómicos estão fortemente ligados ao “espírito do lugar” e ao “orgulho da comunidade”, construindo assim processos identitários.

Conforme mostra o modelo de Storytelling da Figura 5, todos os intervenientes na experiência recolhem e vivenciam a história do destino/espço.



Fonte: Kim, Jong-Hyeong & Youn, Hyewon (2017)

No futuro esta memória poderá influenciar novos processos de decisão, sendo um fator decisivo na repetição da visita. Neste contexto, Manthiou, Kang, Chiang & Tang, (2016), argumentam que para contar ou escrever uma narrativa é necessário criar uma atmosfera propícia (cenário autêntico), captar a atenção do ouvinte (desenhar uma narrativa cativante e uma encenação cuidada) e envolver emocionalmente os visitantes, integrando os residentes locais em torno dos factos de orgulho da sua história.

A forma como é entregue este conteúdo cultural, pode ser diverso. Kao, Huang & Wu, (2008) sugerem atividades que promovam a imersão no ambiente; que surpreendam o visitante; que convidem o visitante a participar; e que sejam de puro divertimento. Por seu turno, Kim, Ritchie & McCormick (2012) propõem foco no hedonismo; na novidade das iniciativas; no envolvimento do visitante com a cultura local; atividades que permitam escapismo; e realizar eventos que ofereçam um significado especial ao visitante ou simplesmente transmitir conhecimento.

Perante este enquadramento propício ao storytelling, é verificado que “O Guia das tas-cas e tabernas de Portugal”, relata histórias e mostra que todos os espaços tinham algo para contar. Sugerem-se vários temas que podem ser vivenciadas de forma criativa, como por exemplo:

- Narrar a génese da taberna: contando a história da família, do espaço, da visão dos proprietários;
- Detalhar os processos de confeção/serviço das iguarias ou explicar o modo de produção de vinho da talha.
- Executar workshops ou seminários onde se transmita conhecimento e se pratique, focando como cozinhar em panelas de barro na lareira, como fazer pão ou queijos alentejanos e como aprender a moldar o barro e construir o seu próprio tacho de barro;
- Realizar exposições de fotografias antigas ou de alguns objetos temáticos como talhas, barris, etc;
- Valorizar simbolicamente a decoração dos espaços: ementa na lousa, talhas de vinho/azeite, alfaías agrícolas, cangas, cancalhos,

malhos; equipamentos antigos, objetos maçó-
nicos;

- Conceber noites culturais /musicais
temáticas: fado, cante alentejano;
- Explorar o perfil criativo dos visitan-
tes: aulas de pintura em barro, manejo da roda
de oleiro;
- Escutar *estórias*/ participar em ence-
nações históricas;
- (...)

Todos estes “ingredientes” permitem a
construção de uma narrativa de Storytelling,
num palco (a taberna) onde entram todos os
atores (clientes, proprietários, residentes) e no
final os visitantes sentem que a experiência foi
deliciosamente satisfatória. Para ilustrar o refe-
rido anteriormente e retirando aleatoriamente
um caso citado no guia de restaurantes certifi-
cados, apresenta-se o caso da Adega da Casa
Monte Pedral, e a forma como se podem real-
çar os atributos dos espaços e dos territórios.

Portanto, toda a temática em torno da gas-
tronomia e vinhos poderá ser objeto de Story-
telling, e o potencial da experiência turística
em espaços rurais está dependente dos contex-
tos e dos recursos (materiais e imateriais) exis-
tentes nessas regiões. Por isso, o grande desa-
fio dos gestores ligados ao enoturismo será
desenhar experiências memoráveis, integrando
cultura, criatividade e inovação, na sua oferta
(Cole & Chancellor, 2009).

4.3 Exemplo de Storytelling – O caso da Adega da Casa Monte Pedral

De acordo com o Guia dos restaurantes cer-
tificados, a Adega da Casa Monte Pedral⁴ tem
uma história para contar. Situada no centro de
Cuba, é um espaço singular na história que
conta, nas instalações, na sua decoração, no
ambiente que proporciona e na comida que
delicia os visitantes.

Um espaço com história: No pátio de en-
trada vê-se uma estátua de Cristóvão Colombo,
que segundo os moradores dizem ter sido em
Cuba e nesta casa que nasceu o grande nave-
gador a quem se deve a descoberta da Améri-
ca.

Atravessando o pátio, onde se ergue uma
estátua de Cristóvão Colombo encontra-se uma
sala com chão de granito, 12 talhas de barro de
grandes dimensões alinhadas ao longo de uma

das paredes, espelho envelhecido num dos
topos, balcão de cerveja e presuntos suspensos
do teto. No 2º espaço há a adega com o seu
fuso, alambique, mobiliário antigo, um sobrei-
ro de razoável porte e, no meio de tudo isto,
grandes mesas e cadeirões de cabedal, que
convidam a ficar.

A visão do proprietário: O agricultor José
Tomás Landum Soudo adquiriu a casa na dé-
cada de 80 do século passado e decidiu fazer o
restaurante na primeira década do atual. A
cozinha é tradicional portuguesa com natural
predomínio dos pratos típicos do Alentejo e o
vinho é de talha. Quanto à existência de dois
espaços distintos, o proprietário elucida:

*“Quando criei a Adega da Casa de Monte
Pedral, quis manter toda uma tradição que
tende a desaparecer, como é o caso das taber-
nas alentejanas, com os seus vinhos e petiscos.
Quis manter a tradição de um local social,
cujos benefícios de frequência são muito salu-
tares, uma vez que constituem uma ótima tera-
pia de relaxamento, fazendo desta adega um
lugar de verdadeiro convívio e amizade tran-
quila, o que nos dias de hoje nem sempre é
fácil de conseguir. O restaurante, apesar de
mais sóbrio, serve outro propósito. E a comida
pode até ser a mesma, mas a apresentação é
outra”*⁵.

Quanto ao vinho, Soudo esclarece *“O nosso
objetivo é confrontar a harmonia entre o vinho
da talha e a comida tradicional, definindo
assim aromas da gastronomia alentejana com
os do vinho. Os vinhos da nossa região são os
ideais para acompanhar queijos e petiscos
tradicionalis, pratos à base de caça, carnes
grelhadas ou assadas, e as açordas (sopas de
pão), as migas e os ensopados”*⁶.

O menu tradicional alentejano também po-
de contar a sua história que atravessa os tem-
pos: Para entrada insinuam-se petiscos de forte
matriz árabe, como os passarinhos fritos em
azeite (já os muçulmanos também os comiam
fritos) de produção local, os torresmos, os es-
pargos com ovos e silarcas (ou túberas ou cria-
dilhas são cogumelos) ou produtos como o
Queijo Serpa DOP e o presunto de porco preto.
Entre os pratos principais destacam-se o feijão
com tengarrinhas (ou cardos) e secretos ou
presas de porco preto, o ensopado de borrego,

⁵ In <http://myguide.iol.pt/profiles/blogs/adeга-casa-de-monte-pedral-cuba-alentejo>

⁶ In <http://myguide.iol.pt/profiles/blogs/adeга-casa-de-monte-pedral-cuba-alentejo>

⁴https://www.visitalentejo.pt/fotos/editor2/eBooks/guia_de_restaurantes_certificados_do_alentejo_pt.pdf

as açordas de alho e de tomate, as migas com carne de alguidar, as migas de azeitona com costeletas de borrego fritas, as migas de espargos com carne de porco preto grelhada, as sopas de cação e de beldroegas, etc. Quanto à doçaria, de forte índole conventual, cada receita daria para contar histórias interessantes quanto à sua origem e evolução ao longo dos tempos. O vinho e a sua história centrada na região – tudo o que há em Vila Alva e Vidigueira – e no Alentejo, transportariam os visitantes a uma dimensão hedonista inesquecível.

Layout do espaço e as razões de cada peça exposta: O restaurante Adega Casa de Monte Pedral apresenta uma decoração imponente, com abobadas, forno tradicional, 12 talhas de tamanho gigante e um sobreiro de grande porte. Cada espaço conta uma história e possui uma identidade que seria interessante explorar.

Portanto, as tabernas possuindo um forte elemento cultural, identitário e da memória da comunidade onde está inserida, são o reflexo de um espaço-território e da sua população. Por outro lado, residem nas tabernas algumas marcas de alguns rituais ancestrais, do perfil da economia local, que permitem compreender melhor os hábitos, os costumes e as mentalidades de uma comunidade ao longo do tempo.

5. CONCLUSÃO

Sendo o património alimentar um elemento fundamental da identidade das comunidades, a sua salvaguarda poderá constituir uma forma de preservar a diversidade cultural face à globalização. Como se tem vindo a referir ao longo deste trabalho, o processo civilizacional integra os alimentos como produto cultural e o fenómeno da comensalidade como expressão dos diversos modelos culturais, sociais, antropológicos e etnológicos (Kindersley, 1993), conferindo singularidade aos territórios e permitindo experiências gastronómicas ímpares. Reforçando, Hall & Sharples, (2008), consideram que os eventos gastronómicos estão fortemente ligados ao “espírito do lugar” e ao “orgulho da comunidade”, construindo assim processos identitários úteis para criar diferenciação.

O receituário culinário é um importante património cultural, que depende daqueles, cujo conhecimento das tradições, aptidões e costumes, os possam transmitir ao resto da coletividade, às gerações futuras, ou a outras comunidades. Este património cultural intangível é um

fator de diferenciação, fazendo contraponto à crescente tendência de globalização. Por outro lado, a compreensão do património cultural intangível ajuda no diálogo intercultural e incentiva ao respeito mútuo por outros modos/estilos de vida.

Perante este contexto, a gastronomia alentejana transformou-se numa marca forte do destino, com uma identidade própria, fruto de influências dos povos que ocuparam aquele território. Segundo o Guia de Restaurantes Certificados do Alentejo (2014:4), a região conta com “84 restaurantes tradicionais certificados (integra as tabernas e as tascas), possui um selo que atesta o compromisso de respeitar e pôr em prática um referencial de qualidade, que abrange tanto o serviço, como os produtos e a confeção, e ainda o acolhimento”. O selo da Certificação envolve a avaliação de vários critérios: confeção genuinamente alentejana, a inspiração nos receituários ancestrais, a utilização de produtos endógenos, a excelência do serviço e das informações prestadas, a decoração, o ambiente, a apresentação de ementas constituídas maioritariamente por pratos tipicamente alentejanos e as cartas de vinhos da região.

As tabernas podem assim, funcionar como um espaço de produção de memória, pela via das histórias partilhadas (storytelling) e da transmissão de saberes entre frequentadores e visitantes. Jollivet, & Pavé (2000) reforçam esta ideia, considerando que uma região tem o poder de se manifestar permanentemente a partir da memória e das relações sociais.

Esta sociabilidade pode ser catalisada através da literatura, com recurso a tertúlias; da cultura do vinho & gastronomia, através de provas, degustações e eventos culturais; da transmissão de tradições e saberes ancestrais; da fotografia, recorrendo a pequenas exposições que permitem conhecer a história/evolução da taberna/gastronomia do território; eventos eno-gastronómicos criativos, engajando os visitantes a participar em atividades lúdicas ou de aprendizagem; realização de *workshops* de artes e técnicas culinárias tradicionais (...).

Importa que os Municípios e as entidades de turismo acarinhem o conceito de taberna como um elemento cultural e identitário de uma comunidade, apoiando a salvaguarda e preservação desses espaços e dessas culturas. Tal como refere Rastoin no prefácio de Noro-

nha (2016), a alimentação é uma questão vital para o futuro das sociedades, mas não beneficia da prioridade política que deveria ter. Portanto, o desenvolvimento territorial só será possível se todos os *stakeholders* respeitarem as identidades de cada território – sejam elas culturais, ambientais, paisagísticas, infraestruturais ou demográficas, fazendo surgir um sentimento de pertença e criando laços de solidariedade entre eles. (Kuper, 1999; Brunet, 1990).

Mas para que tal aconteça com autenticidade é crucial partir de uma forte base científica e de pesquisa histórica, sendo possível criar narrativas emocionantes que possibilitem ao visitante/turista viver experiências diferenciadas. O ato de pesquisa funciona como um instrumento de planeamento, ou uma ferramenta

que configura os procedimentos e as ações que se irão desenrolar no decorrer da implementação do projeto. O objetivo deste processo centra-se, principalmente, na sistematização dos procedimentos associados ao Storytelling criativo, revestida de um tratamento metodológico científico. Este aspeto é importante pois dá credibilidade à iniciativa e autenticidade às experiências.

Portanto, as narrativas de storytelling quando aplicadas de forma criativa no turismo e fundamentadas por factos históricos (associados a patrimónios materiais, imateriais ou móveis), podem ser um meio eficaz de salvaguarda das heranças culturais e um instrumento competitivo e de sustentabilidade dos territórios.

BIBLIOGRAFIA

Leite, Orlando (2012), “Guia das Tascas e Tabernas de Portugal”. Editorial Presença.

Modesto, Maria de Lurdes (1982), “Cozinha Tradicional Portuguesa”. Editora Verbo

Valente, Maria Odette Cortes (1997), “Cozinha de Portugal – Alentejo”. Temas e Debates.

Albala, Ken & Trudy, Eden, editors (2011), "Historical Background to Food and Christianity. Food and Faith in Christian Culture", Columbia University Press, 2011, pp. 7–20, JSTOR, www.jstor.org/stable/10.7312/alba14996.4.

Amorin, Roby (1987), "Da mão à boca. Para uma história da alimentação em Portugal", Edições Salamandra, p.103-105

Barros, Anabela (2014), "As receitas de cozinha de um frade português Sec. XVI", Imprensa da Universidade de Coimbra, receita 75

Barros, Vitor Manuel Coelho; Barreiro, Rui Pedro; Soeiro, Ana (2001), “Produtos Tradicionais Portugueses”, Lisboa, Ministério da Agricultura, do desenvolvimento rural e pescas, DGDR.

Blaikie, NWH (1991), "A critique of the use of triangulation in social research", *Quality and Quantity* 25, pp.115-136.

Braga, Isabel Drumond (2007), "Influencias mouriscas na gastronomia portuguesa", *Les*

actes du XIIe Symposium International detudes mourisques sur: Imágenes, escritos Y lengua de los moriscos em el siglo XVI, Publications de la Fondation Temimi pour la Recherche Scientifique et L'Information, Série 4: Etudes d'Histoire morisque: n 26. Tunis. In <https://lisboa.academia.edu/IsabelDrumondBraga>.

Braga, Isabel Drumond (2008), "Do árabe e do aljamiado em Portugal", *Actas: Jornadas sobre manuscritos árabes. Anaquele de estudos árabes. Anejos, Colecciones madrileñas. Transmisiones moriscas, Publicaciones Universidad complutense de Madrid*, pp:111-128. In <https://lisboa.academia.edu/IsabelDrumondBraga>.

Branco, Jorge Freitas (1999), “A fluidez dos limites: Discurso etnográfico e movimento folclórico em Portugal” em http://ceas.iscte.pt/etnografica/docs/vol_03/N1/Vol_iii_N1_23-48.pdf, p.25-27

Brunet, Roger (1990), "Le territoire dans les turbulences" Paris: Reclus, p.224

Cabral, Manuel Villaverde (1992), "Portugal e a Europa: diferenças e semelhança", *Análise Social*, vol. XXVII, n.os 118-119, pp. 943-954.

Chronis, Athinodoros (2008), “Coconstructing the Narrative Experience: Staging and

Consuming the American Civil War at Gettysburg”, *Journal of Marketing Management* 24 (1/2): 5–27.

Coeelho, Maria Helena (1994), "Festa e Sociabilidade na Idade Média". 1ªed., Coimbra, INATEL., 2 vols., Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.

Cole, S. T., e Chancellor, H.C. (2009), "Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention", *Journal of Vacation Marketing*, 15, 323-333.

Convenção Europeia da Paisagem (2000), Florença 20.X.2000 in <https://rm.coe.int/16802f3fb7>

Diogo, António Dias & Alves, Francisco (1988), "O Arqueólogo Português", Série IV, 6/7, in Saramago, Alfredo, Madeira, Joaquim, Roque Vale, Clara & Fialho, Manuel (2000). *Gastronomia e vinhos do Alentejo*, Lisboa, Assírio & Alvim.

Figueiredo, Candido, (1903), "O Norte e o Sul", *Revista "A Tradição"*, t. V, pp. 39-40.

Garrido, Álvaro (2003), "Abastecimentos e Poder no Salazarismo: o "bacalhau corporativo" (1934-1967), Coimbra, FEUC, p. 21.

Geertz, Clifford (1926), "A interpretação das culturas" 1ª.ed, reimpresso 1989 por LTC — Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., Rio de Janeiro, p.68.

Gilmore, James H., & Pine, Joseph B (2007), "Authenticity: What Consumers Really Want". Boston, MA: Harvard Business Press.

Gilmore, James H, & Pine, Joseph B (1999), "The Experience Economy", *Research gate*, in <https://www.researchgate.net/publication/299292969>.

Girão, Amorim (1958), "Atlas de Portugal, Mapas, in http://www.uc.pt/fluc/depgeotur/publicacoes/OutrasPubl/AAG/pdfs/I_Como_nasceu_Portugal.pdf

Girão, Amorim (1938), "A divisão provincial do novo Código Administrativo: segunda resposta", Coimbra: Coimbra Editora

Guia de Portugal (1995), Fundação Calouste Gulbenkian, vol.V Tomo II, 3ª Edição, p.456.

Guia de Restaurantes Certificados do Alentejo (2014), Edição e copywriting Turismo do Alentejo, ERT, Beja, Edição, conceção gráfica e paginação Caminho das Palavras.

Hall, Colin & Sharples, Liz (2008), "Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Mar-

kets", Routledge.

Henriques, Francisco Borges (1715), "Receitas de milhores doces e de alguns guizados particulares e remedios de conhecida experiencia que fesFrancisco Borges Henriques para uso da sua caza. No anno de 1715 tem seo alfabeto no fim. [1715-1729]"

Jollivet, M. & Pavé, Alain (2000), "O meio ambiente: questões e perspetivas para a pesquisa", In: Vieira, P.F. & Weber, J. (orgs) *Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento. Novos desafios para a pesquisa ambiental*. São Paulo: Cortez, p. 115-146.

Kim, Jong-Hyeong & Youn, Hyewon (2017), "How to Design and Deliver Stories about Tourism Destinations", *Journal of Travel Research*, Vol. 56(6) 808–820

Kim, Jong-Hyeong; Ritchie, J. R. Brent & McCormick, Bryan P (2012), "Development of a scale to measure memorable tourism experiences", *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.

Kindersley, Dorling (1993), "Sinais do tempo do mundo antigo. Uma cronologia visual desde as origens da vida até 1500", Edição Público, Tradução e revisão Ana Falcão Bastos. Mirandela artes gráficas, SA.

Kuper, Adam,(1999), "Culture: the anthropologist's account", Cambridge: Harvard University Press.

LCI (1987), "Livro de Cozinha da Infanta D. Maria", código português l. E. 33 da Biblioteca Nacional de Nápoles, prólogo, leitura, notas aos textos, glossário e índices de Giacinto Manuppella, Lisboa, imprensa Nacional,

Leite, Orlando (2012), "Guia das Tascas e Tabernas de Portugal". Lisboa, Editorial Presença, p.5.

Levi-Strauss, Claude (1964), "Mythologiques 1, Le Cru et le Cuit", Paris, Plon

Manthiou, Aikaterini; Kang, Juhee; Chiang, Lanlung, & Tang, Liang (2016), "Investigating the effects of memorable experiences: An extended model of script theory", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(3), 362–379.

Mata, João (1993), "Arte de cozinha" prefácio de Melo Lapa, 5ª edição, Veja.

Mauss, Marcel (1968), "Sociologie et anthropologie", Paris: Press Univ. de France in Sobral, José Manuel, (2008, p.100), *Cozinha, Nacionalismo e cosmopolitismo em Portugal (Séc. XIX-XX)*, p.147

Montanari, Massimo (2004 1ª edição) (2006), "Food is culture", Nova York, Colum-

bia Univ. Press.

Noronha, Teresa (2016), "Setor Agroalimentar em Portugal. Conjunturas e Abordagens Recentes", Lisboa, Edições Sílabo, Lda.

O cozinheiro imperial ou nova arte do cozinheiro e copeiro em todos os seus ramos (1843).

Oliveira Jorge, Vitor (2005), "Espaço, meio, paisagem, território, região e lugar na experiência de um arqueólogo: alguns contributos reflexivos", *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, 45, 159-172.

Oliveira Martins, J. P. (1881), "As Raças Humanas e a Civilização Primitiva", Lisboa, Livraria Bertrand.

Oliveira Martins, J.P. (1882), "História de Portugal", 3ª Edição, Livraria Bertrand

Por um mestre de cozinha, (1889), "Novíssima arte de Cozinha" por um mestre de cozinha". Editores proprietários Tavares Cardoso & Irmão. Lisboa, p.170-173

R.C.M (1843), "O cozinheiro imperial ou nova arte do cozinheiro e copeiro em todos os seus ramos", Eduardo e Henrique Laemmert, Rio de Janeiro

Rastoin, Jean-Louis (2016), prefácio, in Noronha, Teresa,(2016), "Setor Agroalimentar em Portugal. Conjunturas e Abordagens Recentes", Lisboa, Edições Sílabo, Lda.

Ratazzi, Maria (1997 [1879]), "Portugal de Relance", Lisboa, Editora Antígona.

Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000 (p. 3618-3620)

Ribeiro, Orlando (1967 [1945]), "Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico", Lisboa, Livraria Sá da Costa Editora.

Rigaud, Lucas (2004), "Cozinheiro Moderno ou Nova Arte de Cozinha", Colares Editora.

Rodrigues, Domingos (1ª edição 1680) (1995), "Arte da Cozinha", Colares Editora.

Saramago, Alfredo; Madeira, Joaquim; Ro-

que Vale, Clara & Fialho, Manuel (2000), "Gastronomia e vinhos do Alentejo", Lisboa, Assírio & Alvim.

Soares, Carmen (2010), "História da alimentação na Antiguidade Clássica: os primeiros livros de culinária", Coimbra, Boletim de Estudos Clássicos vol. 54, Associação Portuguesa de Estudos Clássicos; Instituto de Estudos Clássicos, pp:43-52. in <http://hdl.handle.net/10316.2/30356>.

Soares, Carmen (2011), Iguarias do Mundo de Arquêstrato: o melhor da cozinha grega no Séc. IV a. C., Boletim de Estudos Clássicos vol. 56. Coimbra, Associação Portuguesa de Estudos Clássicos, Instituto de Estudos Clássicos, in <http://hdl.handle.net/10316.2/30316>

Soon Choi, Seung, (2016), "A Study on Effect of Tourism Storytelling of Tourism Destination Brand Value and Tourist Behavioral Intentions", *Indian Journal of Science and Technology* 9(46), in <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/107387>, accessed March 21, 2018.

Sundbo, Jon, e Per Darmer, (2008), "Creating Experiences in the Experience Economy", <https://libro.eb20.net/Reader/rdr.aspx?b=361514>.

<http://ezproxy.uniandes.edu.co:8080/login?url=http://www.elgaronline.com/view/9781847209306.xml>, accessed March 21, 2018.

Vasconcellos, J. Leite de (1982), "Etnografia Portuguesa", (volume V), Lisboa Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Woodside, AG, Cruickshank, BF, Dehuang,N. (2004), "Stories visitors tell about Italian cities as destination icons", *Tourism Management*, 28(1):162-74.

www.adegaborba.pt/loja/adega-de-borba-vinho-de-talha/

www.visitalentejo.pt/fotos/editor2/eBooks/guia_de_restaurantes_certificados_do_alentejo_pt.pdf