

Az-zait

Revista da Casa do Azeite | número 14

A COZINHA É UMA ALQUIMIA

Margarida Pinto Correia

BRASIL

Um mercado
em crescimento

COZINHA
É CONFORTO
E PROVOCAÇÃO

Na cozinha com
o Chefe Luís Baena





Ouvir música.



NOVAS AZEITONAS OLIVEIRA DA SERRA.

Umaz são pequenas, outras são maiores, mas todas dão grandes azeites como o Clássico ou o Seleção Ouro. Falamos das nossas azeitonas que vão pela primeira vez escapar do lagar. Banhadas ou conservadas em azeite para lhes dar mais sabor, ricas em fibras e sem colesterol, são a forma mais apetitosa de celebrar pequenas e grandes ocasiões.



Ídeias que dão gosto.

A entrevista ao Director Executivo do Conselho Oleícola Internacional, Mohammed Sbitri, tema central deste número da nossa revista, deverá servir de mote para a profunda reflexão que será necessário fazer sobre o futuro do sector do azeite e dos múltiplos desafios que enfrenta, no actual quadro de expansão da base produtiva a nível mundial. Um alerta para a necessidade de encontrar novos mercados, novas e imaginativas formas de promoção que permitam conquistar consumidores, essencialmente em países que apresentam um acentuado desenvolvimento económico, como, por exemplo, os novos mercados asiáticos emergentes.

E por falar em expansão do consumo e de novos consumidores, não podemos deixar de destacar o enorme crescimento do consumo de azeite no mercado brasileiro, no último ano. De facto, o Brasil passa actualmente por uma transformação económica e social sem precedentes, impulsionada por um número impressionante de consumidores que começam a ter acesso a mais e melhores bens de consumo. Sendo o principal mercado de destino das exportações portuguesas, onde detemos uma quota de mercado de cerca de 50%, essa é uma oportunidade que não podemos deixar de aproveitar. Mas essa oportunidade para o azeite português passa, também, por um trabalho concertado de promoção e credibilização das marcas portuguesas, reunidas sob a égide da Marca Nacional Registada cujo registo no Brasil está finalmente concluído, culminando um processo que se arrastou pela última década.

Por fim, descubra os encantos de Elvas e Campo Maior, terras de profundas tradições ligadas aos produtos do olival, e ganhe apeteite para uma escapadela diferente. Siga as nossas sugestões e verá que não se arrepende.

Luís Folque > Presidente da Casa do Azeite



Com o apoio:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional

prime
Programa de Incentivos à
Modernização da Economia

Edição CASA DO AZEITE – ASSOCIAÇÃO DO AZEITE DE PORTUGAL Rua Castilho - 69 r/c Esq. 1250-068 LISBOA
Tel.: 213 841 810 | Fax: 213 861 970 | e-mail: geral@casadoazeite.pt www.casadoazeite.pt **Coordenação**
Mariana Vilhena de Matos **Produção e Publicidade** Casa do Azeite **Concepção, Paginação, Textos e Edição**
White Rabbit - Custom Publishing **Jornalistas** Bárbara Silva, Cristina Azedo, Helena Oliveira, Maria Jerónimo
Fotografia Corbis/VMi, Eduardo Sousa Ribeiro / Kameraphoto, Eduardo Martins, Artur **Colaborações** Vítor
Sobral **Tiragem** 2 500 exemplares **Impressão e Acabamento** Tipografia Peres **Depósito Legal** 186448/02



mondo do azeite

pág. 09

GUIA PARA UMA VIDA COM SABOR

[O universo do azeite é uma verdadeira fonte de inspiração.](#) Desde bombons com azeite virgem extra a livros, *sites* e restaurantes, o azeite continua a marcar uma forte presença no nosso dia-a-dia.

mondo do azeite

pág. 15

BRASIL

[O acesso da classe média brasileira a este produto impulsiona](#) as vendas de azeite no Brasil.

mercado

pág. 17

PROVA DE AZEITES

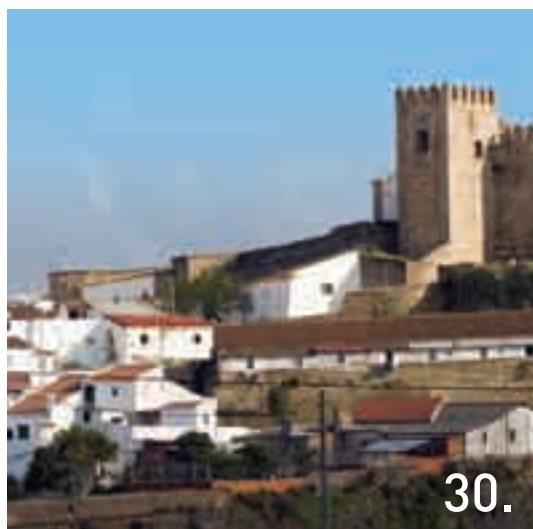
[Porque o azeite não é todo igual,](#) vale a pena despertar os nossos sentidos para o seus variados sabores. Prove...e aprove!

entrevista

pág. 20

UMA VISÃO OPTIMISTA DO FUTURO

[Director-executivo do Conselho Oleícola Internacional, Mohammed Ouhmad Sbitri](#) acredita que os países em crescimento económico, uma classe média emergente e as preocupações com a saúde e nutrição garantem um futuro risonho ao azeite.



30.



38.



42.

mesa para dois

pág. 26

A COZINHA É UMA ALQUIMIA

Para Margarida Pinto Correia, o prazer de cozinhar reside no imprevisto, [no misturar ingredientes como se fizessem parte de uma poção mágica](#). Depois, nada como apreciar o resultado em boa companhia.

prazeres

pág. 30

CAMPO MAIOR E ELVAS

Intimamente ligadas ao mundo do azeite, [Campo Maior e Elvas seduzem-nos](#) com as suas paisagens, gentes e monumentos. Saiba mais sobre estas duas regiões situadas em plena rota da azeitona.

na cozinha do chefe

pág. 38

COZINHA É CONFORTO E PROVOCAÇÃO

[Trabalhar novas ideias, texturas e técnicas e proporcionar conforto aos clientes são as principais fontes de prazer do Chefe Luís Baena](#). Saiba mais sobre este Chefe que confessa sentir uma ligação especial com o Oriente.

azeite e saúde

pág. 42

FRITAR COM AZEITE

Descubra todas as vantagens deste produto na hora de fritar alimentos. [Uma opção saudável, repleta de vantagens que muitos ainda desconhecem](#).

MOUSSE DE CHOCOLATE COM PIMENTA ROSA, FLOR DE SAL E AZEITE

1. Derreta o chocolate em banho-maria ou no microondas. Deixe o chocolate em cima da bancada. Quando necessitar de o usar ainda deve estar morno.
2. Ferva o leite e deite-o por cima do chocolate. Utilizando umas varas de cozinha pequenas envolva suavemente o leite no chocolate. Adicione a gema e envolva-a no chocolate sempre com suavidade. Pare assim que a gema estiver incorporada.
3. Bata as claras numa batedeira em velocidade média até estarem montadas mas não completamente. Aumente a velocidade e adicione o açúcar gradualmente. Continue a bater as claras até estarem muito firmes mas ainda brilhantes. Adicione um terço das claras ao chocolate. Misture com a ajuda de uma espátula de borracha. Adicione então o resto das claras e envolva-as cuidadosamente até estarem completamente incorporadas.
4. Coloque a mousse numa taça grande e refrigere durante uma hora.
5. Na altura de servir tempere com o azeite virgem extra, a flor de sal e a pimenta rosa ligeiramente esmagada. Para dar um toque especial, com a ajuda de duas colheres dê-lhe a forma de *quenelle*, a forma típica dos pasteis de bacalhau.

A mousse de chocolate é um clássico que aqui ganha um toque exótico e “sexy” com a adição do azeite virgem extra, a flor de sal e a pimenta rosa. Tem tanto de simples como surpreendente. Utilize um azeite virgem extra suave, ligeiramente amargo e picante.

Ingredientes para 4 pessoas

- 170 g de chocolate amargo cortado em pequenos cubos
- 75 g de leite gordo
- 1 gema, 4 a 5 claras
- 2 colheres de sopa de açúcar
- pimenta rosa q.b.
- flor de sal q.b.
- azeite virgem extra q.b.





MOUSSE DE CHOCOLATE COM PIMENTA ROSA,
FLOR DE SAL E AZEITE



*“ Santa Bárbara se levantou
Nossa Senhora encontrou
E esta lhe perguntou
Onde vais tu, Santa Bárbara?
Vou espalhar as trovoadas
Por onde não haja beira nem eira
Nem gadelinhos de lã
Nem raminhos de oliveira
Nem mulher com menino
Nem alma cristã.”*

Ladainha antiga que invoca a protecção divina
em dias de tempestade

[1] boas notícias

UC Davis Olive Center nasce na Califórnia

O primeiro centro universitário norte-americano ligado ao azeite está vocacionado para a investigação e o ensino

A Universidade da Califórnia (UC) criou o primeiro centro universitário de investigação na área do azeite. Os planos para o UC Davis Olive Center, integrado no Robert Mondavi Institute for Wine and Food Science, foram revelados em San Diego, durante a feira internacional Winter Fancy Food. Da agenda de trabalhos do novo espaço fazem parte as vertentes de investigação e ensino, estando prevista, por

exemplo, a possibilidade de se vir a criar uma cadeira específica sobre educação e factos gerais ligados ao azeite. Vão existir também pequenos cursos ligados a esta área, que irão abordar temáticas como o crescimento das oliveiras ou a avaliação sensorial do azeite. O centro promete ainda criar um *site* informativo e uma biblioteca recheada de obras sobre esta temática.

A Universidade da Califórnia conta com um vasto grupo de cientistas aos quais se juntam as cerca de duas mil oliveiras espalhadas pelo seu *campus*, naquele que é o maior conjunto de árvores do género existente em toda a América do Norte. Em 2005, aquela instituição começou a produzir azeite tendo, dois anos depois, conseguido azeite suficiente para encher 6500 garrafas.

Encontros com Azeites & Vinagres na Sala Ogival

Todos os meses, à quarta-feira, a ViniPortugal e a Casa do Azeite promovem encontros entre **Azeites & Vinagres**, na Sala Ogival de Lisboa da ViniPortugal, no Terreiro do Paço. Trata-se de um evento promocional onde os produtos de ambas as entidades estão disponíveis para provas, servindo de tema a conversas, explanações e *mini-workshops*. Todos estes eventos contam com a presença de um Chefe de cozinha que patrocinará uma receita. Os presentes terão a oportunidade de aprender como estes produtos podem inovar as refeições e ganhar uma nova inspiração para a preparação de receitas.

SALA OGIVAL LISBOA

Terreiro do Paço
1100-148 Lisboa

Telm.: +351 916 606 576
Telf.: +351 213 420 690
Fax: +351 213 420 691

E-mail: sala.ogival@viniportugal.pt

Visite o *site*

www.viniportugal.pt
e a galeria de fotos
<http://salaogival.fotopic.net>





Bombons com azeite virgem

Recorrendo a matérias-primas seleccionadas, a Mestre Cacau fabrica chocolates e bombons artesanais com sabores muito peculiares

www.mestrecacau.pt

Se ao gosto pelo chocolate juntar umas pitadas de tradição e um tudo ou nada de originalidade, tem a receita perfeita para criar autênticas perdições. É esta a proposta da Mestre Cacau, uma empresa nascida do sonho de três sócios que, inspirados nos mestres chocolateiros belgas e suíços, arriscaram o negócio em Portugal. E de tal forma têm sido bem sucedidos que os seus chocolates chegaram já às páginas da imprensa internacional.

A empresa dedica-se em exclusivo ao fabrico de chocolates e bombons artesanais, utilizando matérias-primas seleccionadas e recorrendo a receitas próprias. A loja, situada em Beja, brinda o cliente com bombons de chocolate negro com azeite virgem, de chocolate

branco com vinho tinto ou de trufas de chocolate de leite com alecrim. Há ainda outras escolhas de perder a cabeça, como os bombons de chocolate negro com recheio de aguardente de medronho ou os de chocolate negro com mel biológico.

As ideias para a criação deste tipo de chocolates nascem de conversas que vão sendo mantidas com os diferentes clientes e tendo sempre em conta a necessidade de utilização de produtos regionais. Apesar de existir há pouco mais de dois anos, os responsáveis da Mestre Cacau estão satisfeitos com os resultados e garantem que esta mistura com produtos regionais, que as pessoas conhecem desde sempre, tem despertado muito interesse.

Árvores antigas ganham vida nova

Oliveiras e alfarrobeiras saídas da Via do Infante e da barragem do Alqueva embelezam jardins e empreendimentos privados um pouco por todo o Mundo



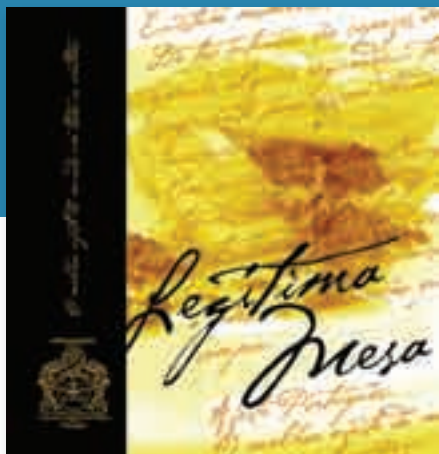
Embora o fim parecesse inevitável, a verdade é que as oliveiras e alfarrobeiras saídas dos antigos terrenos da Via do Infante e do Alqueva ganharam uma nova vida e podem muito bem estar agora a adornar luxuosos empreendimentos turísticos, campos de golfe ou mesmo jardins privados um pouco por todo o Mundo.

As árvores são pagas a peso de ouro em países como Espanha, Alemanha, Austrália, Marrocos, China ou Dubai. Uma realidade que não passou despercebida ao centro de jardinagem Ecossistemas, que vai buscar estas árvores a qualquer local onde já não são desejadas e as transplanta para novos espaços. O negócio,

garantem os seus responsáveis, está em grande expansão, em parte ajudado também pelas novas tecnologias. Na realidade, a Internet tem permitido avançar com o estabelecimento de contactos comerciais em países mais distantes como a China ou a Austrália.

Os valores pagos por estas verdadeiras preciosidades podem surpreender: cinco a seis mil euros por uma oliveira milenar, transplantada da Via do Infante. Já as árvores “mais novinhas” custam um pouco menos mas, mesmo assim, o preço chega facilmente aos 200 euros. Os jardins particulares são o seu principal destino.

[2] Livros



EDITADO PELA CASA DO AZEITE
RECEITAS: Chefe José Avillez
FOTOGRAFIA: Nuno Correia

Legítima Mesa

Az-zäit ou, simplesmente, sumo de azeitona. O nome foi-nos legado pelos Árabes mas a verdade é que o azeite será, indiscutivelmente, uma das maiores riquezas que Portugal pode oferecer ao Mundo. Pensado para o mercado brasileiro, único país onde foi editado, o livro *Legítima Mesa* propõe aos seus leitores uma viagem através da História e dos tempos desse bem tão precioso que é o sumo da azeitona.

A obra aproveita para aludir às diferentes etapas de produção do azeite e também para desmistificar algumas ideias pré-concebidas relativamente às gorduras: sabia, por exemplo, que o azeite é a mais digestiva das gorduras alimentares, sendo elemento fundamental da dieta mediterrânica?

O livro transporta-nos ainda através dos mitos e lendas que, desde tempos imemoriais, têm girado em torno do azeite, frequentemente utilizado em Portugal na cura de males obscuros como o “bucho virado”, o quebranto e o mau olhar.

E quando finalmente souber tudo o que há a saber sobre este néctar, deixe-se guiar pelas receitas do Chefe José Avillez e aventure-se na preparação de deliciosos pratos em que o azeite é um ingrediente indispensável. Um folhado de queijo *Brie* com *Tapenade* ou um *ceviche* de namorado com manga e cebola são apenas duas das muitas sugestões que ali encontrará.

[3] Sites

Em nome da pureza do azeite

Quer tenha ou não negócios e interesses no mercado brasileiro, este é um *site* que vale a pena visitar. Desenvolvido pela Associação Oliva – que reúne produtores, importadores, distribuidores, comerciantes e entidades interessadas no desenvolvimento do mercado de azeite no Brasil –, este espaço disponibiliza informação actual relativa à situação do sector brasileiro do azeite, agregando ainda uma vasta gama de notícias do Mundo e às quais o cibernauta poderá aceder através da secção Azeite News.

A Associação Oliva tem ainda interesse na preservação da pureza e autenticidade do azeite comercializado em Terras de Vera Cruz, pelo que disponibiliza dados sobre o Programa de Qualidade. Criado de acordo com as directrizes e metodologias do Con-

selho Oleícola Internacional, este programa visa identificar as marcas irregulares existentes e que estarão à venda no Brasil, permitindo aos agentes de mercado uma concorrência mais justa. Ao mesmo tempo, assegura também ao consumidor e apreciador de azeite a degustação de um produto autêntico.

O *site* disponibiliza igualmente um conjunto de receitas, aproveitando a oportunidade para discorrer sobre as diferentes formas de uso deste precioso ingrediente e sobre as maravilhas da dieta mediterrânica.

E se depois desta autêntica viagem virtual as dúvidas ainda persistirem, poderá sempre falar com a Oliva solicitando mais informações ou deixando os seus comentários através de um formulário criado especialmente para o efeito.



www.oliva.org.br



[4] Restaurantes

Trás-os-Montes à nossa mesa

Aberto desde 2005, em Cascais, a Companhia do Azeite nasce na sequência de uma primeira experiência em Mirandela, cidade que acolheu o antigo restaurante Museu do Azeite. Na Companhia do Azeite pode-se degustar a mais pura cozinha transmontana trazida às nossas mesas pelas mãos de Luísa Lopes, proprietária e responsável por tudo o que se faz na cozinha e pelo acolhimento na sala de refeições.

Passado o pátio interior, colocamos o pé dentro de portas e deparamo-nos com uma vitrina repleta de recipientes contendo azeite. À noite, esta vitrina ilumina-se e o líquido reflecte uma alargada paleta de tons e transparências. Nas mesas, as lamparinas dão um toque especial que nos faz recordar a sala de jantar das casas transmontanas.

As receitas, aprendidas em família, vieram de Trás-os-Montes, assim como o azeite (de Valpaços), as carnes, os enchidos e tudo o que nos recheia a mesa. A abrir, as tradicionais torradas de azeite, os pastéis de massa tenra, as empadas de perdiz, o presunto ou a linguiça. Se preferir, pode optar pela sopa seca de espargos.

Nos pratos principais o destaque vai para a posta mirandesa, o cabrito assado no forno, o leitão recheado à moda de Valpaços ou o rancho. Do lado dos peixes a oferta contempla polvo e bacalhau, sempre feitos com muito azeite. Para sobremesa, se ainda houver espaço, toucinho-do-céu, pudim de castanhas, leite-creme ou pudim de gemas. O requeijão é acompanhado de compota de abóbora mas, se preferir, tem outros sa-

bores disponíveis, como o tomate e o pêssego. Quando a época ajuda, pode-se ainda optar por uma tarte de amoras quente com gelado.

HORÁRIO

De segunda a domingo

Almoços: a partir das 13h

Jantares: a partir das 20h

Encerra à quarta-feira e ao domingo ao jantar

MORADA

R. da Torre 1155 F Torre – Torre, 2750-756 Cascais

Telefone: 214 868 400 Fax: 214 868 400

E-mail: reservas@companhiadoazeite.com

PREÇO MÉDIO €35



...todas as garrafas são iguais... excepto na global.

[5] Feiras e congressos

IFE Poland 2008

Data: 19 – 21 de Maio
Local: Varsóvia - Polónia
www.ifepoland.com

BIOFACH China 2008

Data: 29 – 31 de Maio
Local: Shangai - China
www.biofach-china.com

FISPAL Tecnologia '2008

Data: 3 – 6 de Junho
Local: S. Paulo - Brasil
www.fispal.com.br

Alimentícia

Data: 4 – 8 de Junho
Local: Luanda – Angola
www.arenaangola.com

2o Salão Nacional do Azeite

Data: 7 – 15 de Junho
Local: Santarém – Portugal
www.cnema.pt

BBC Good Food Show 2008

Data: 11 – 15 de Junho
Local: Birmingham – Reino Unido
www.bbcgoodfoodshow.com

Summer Fancy Food Show 2008

Data: 29 de Junho – 1 de Julho
Local: Nova Iorque – Estados Unidos da América
www.specialtyfood.com/do/fancyFoodShow/LocationsAndDates



[6] Lojas

66 AVENIDA DO BRASIL Concept Store Cheiros e sabores do Mundo

A norte tudo de novo. A cidade do Porto acolhe desde o passado mês de Outubro uma nova Concept Store, a 66 Avenida do Brasil. A cultura *gourmet* reúne cada vez mais adeptos, pelo que Mónica Oliveira optou por colocar à disposição da Invicta a famosa marca Hediard que se estreia com uma enorme gama de sabores, revelados em deliciosas especiarias, compotas ou chocolates belgas. E mesmo o olhar menos atento vai certamente descobrir os chás da China e da Índia, os cafés do Brasil, da Costa Rica e da Etiópia ou as pastas de frutas cristalizadas, o pão de amêndoas e o *foie gras*.

A Hediard possui produtos nacionais franceses – país de onde é originária – e outros que chegam um pouco de todo o Mundo. Ali esperam-nos azeites provenientes de Espanha e da zona da Provença, no Sul de França, seleccionados e comercializados sob a marca Hediard. E como num espaço *gourmet* se deve alimentar não só o corpo mas também o espírito, a 66 Avenida do Brasil optou por criar sessões temáticas regulares a que chamou “Sabores e Aromas...”. Uma oportunidade para falar dos sabores do Mundo, explorando a gastronomia e a enologia. Para tanto, são convidadas personalidades públicas que prometem revelar os seus segredos de cozinha e apresentar as suas propostas.

Localizada na zona da Foz, é um espaço onde impera o *lifestyle* e assume-se como muito mais do que uma simples loja *gourmet*. Nascida a partir de uma casa portuense de traça antiga, em cujo o horizonte se projecta o mar, a loja conjuga áreas interiores e intimistas com espaços abertos e exteriores.

Mónica Oliveira optou por conceber um espaço comercial com uma oferta diversificada de produtos seleccionados e associado a um serviço de cafetaria/casa de chá.

Tem ainda uma secção de moda para homem e senhora, decoração, livros, CD's e perfumaria. O espaço assume-se como o local de eleição para encontrar as mais recentes tendências de moda, degustação e cultura. Para quem procura algo diferente e pretende viver ou sentir novas experiências.

CONTACTOS

66 Avenida do Brasil Concept Store
Avenida do Brasil, 66
4150 – 231 Porto

Telefone: 222 426 388/89

Fax: 222 426 390

Site: www.66avenidabrasil.com

Abre de segunda a sábado das 10h às 19h
Fecha ao domingo e à segunda de manhã

INFORMAÇÕES SOBRE COMO EXPORTAR E PARA ONDE

BRASIL

Até 1990, o Brasil era um mercado relativamente fechado para importação. Desde então, tem vindo, gradualmente, a aumentar as suas importações. Embora exista um importante fluxo turístico entre Brasil e Portugal, as relações comerciais entre os dois países são, ainda, pouco significativas. No entanto, entre as exportações portuguesas com destino para o Brasil, são de destacar os produtos agro-alimentares, particularmente as

exportações de azeite, de bacalhau e peras.

O azeite de origem portuguesa beneficia de grande notoriedade no mercado brasileiro, sendo facilmente encontrado na generalidade dos canais de distribuição. A boa relação preço / qualidade – comparada com azeites espanhóis e italianos – é uma vantagem relevante para o azeite nacional que detém, no Brasil, uma quota de mercado superior a 50%.

O consumidor brasileiro

O Brasil é um país com problemas de distribuição de renda, estando o potencial de consumo concentrado numa pequena percentagem da população. Mas este mercado está a passar por uma transformação sem precedentes - um crescimento económico acima de 4% ao ano, multiplicação de empregos e acesso fácil ao crédito – que está a criar uma massa de consumidores poderosa.

- > Verifica-se a passagem de consumidores para classes superiores de consumo. A maior diferença é sentida na faixa intermediária, a classe C, que superou já os 86 milhões.
- > Nos últimos anos, a estabilidade da moeda levou a um consumo mais fragmentado.
- > O consumidor está cada vez mais exigente quanto a qualidade, preço e promoções e mais ciente de seus direitos, devido à democratização da informação, em virtude de avanços tecnológicos.
- > A esperança média de vida dos brasileiros aumentou de 51 anos, em 1950, para 73 anos em 2008. Estima-se que em 2050 a esperança média de vida dos brasileiros seja de 81 anos (média actual da esperança de vida dos japoneses, o povo com maior longevidade do Mundo).

Dados sobre o país

> ÁREA

8 547 400 km²

> POPULAÇÃO

191.341.355 milhões de habitantes

> DENSIDADE POPULACIONAL

22 hab./km²

> DESIGNAÇÃO OFICIAL

República Federativa do Brasil

> CHEFE DO ESTADO

Luís Inácio Lula da Silva

> CAPITAL

Brasília (3.099.000 milhões de habitantes)

> RELIGIÃO

Maioritariamente católica, ainda que, muitas vezes, mesclada com a cultura africana (macumba e candomblé)

> LÍNGUA

O português é a língua oficial mas são faladas várias línguas indígenas

> UNIDADE MONETÁRIA

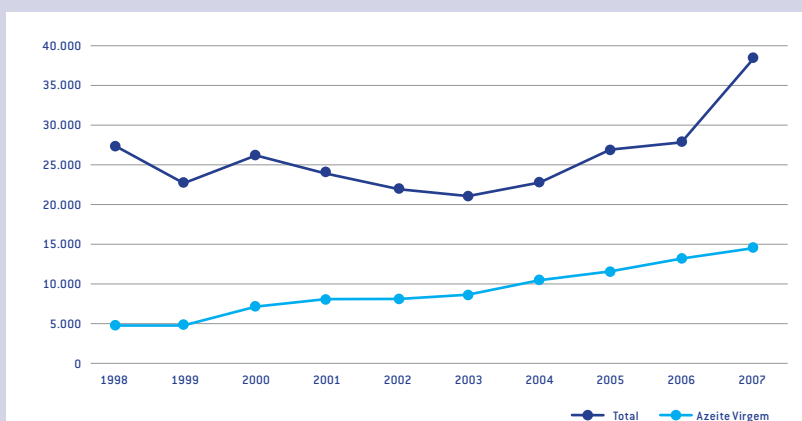
Real (1 Euro = 2,5 reais)
(média Maio de 2008)

> HORA LOCAL

GMT (-4 horas)

Dados de mercado

CONSUMO DE AZEITE NO BRASIL (valores em toneladas)



Registo de marca

Não sendo obrigatório, é um procedimento altamente recomendável.

Consulte o site do INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial em <http://www.inpi.gov.br/>, onde são explicados todos os procedimentos necessários para efectuar o pedido de registo, acompanhar o processo e aceder a serviços complementares.

Contactos e informações úteis

> AICEP PORTUGAL

aicep Portugal Global – São Paulo
Agência para o Investimento e Comércio Externo
Consulado Geral de Portugal
Rua Canadá, 324,
01436-000 S.Paulo S.P – BRASIL
Tel: 00-55-11-3084 1830
Fax: 00-55-11-3061 0595
E-Mail: aicep.s.paulo@portugalglobal.pt

> CONSULADO DE PORTUGAL

Existem 10 consulados no Brasil.
Consulte-os em <http://www.embaixadadeportugal.org.br/rede.php>

> EMBAIXADA DE PORTUGAL

SES – Av. das Nações, Quadra 801, Lote 02
70402-900 Brasília - DF
Telefones: (61) 3032.9600/1/2
Fax: (61) 3032.9627
E-mail: embaixadadeportugal@embaixada.deportugal.org.br

> PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS

Fispal – Feira Internacional de Alimentação
www.fispal.com.br

APAS – Feira Internacional de Negócios em Supermercados
<http://www.apas.com.br/feira-apas/home.asp>

IS EXPO – Ingredientes e Soluções para a Indústria Alimentícia
<http://www.expois.com.br/>

Prazeres da Mesa ao Vivo
<http://prazeresdamesa.uol.com.br/aovivo2007/index.php>

Gula & Design Boa Mesa Gourmet
<http://www.boamesa.com.br/>

> INFORMAÇÕES ÚTEIS

Visto - Não é necessário

Saúde - Recomenda-se o consumo de água engarrafada, e a vacinação contra a febre-amarela e hepatite. Aconselha-se a utilização de repelentes de insectos e redes mosquiteiras nos quartos.

Rotulagem

Regras gerais de rotulagens para alimentos pré-embalados.

Menções obrigatórias



DENOMINAÇÃO DE VENDA



NOME E MORADA DO DISTRIBUIDOR



CONTEÚDO LÍQUIDO (ML)



IDENTIFICAÇÃO DA ORIGEM



MENÇÃO "NÃO CONTÉM GLÚTEN"



TABELA NUTRICIONAL



NOME OU MARCA DO AZEITE



DATA DE VALIDADE (ANO/MÊS/DIA)

Alfândega

> CERTIFICADO DE CONTROLO DOS GÉNEROS ALIMENTÍCIOS:

Este certificado pode ser obtido nas Direcções Regionais de Agricultura, mediante a apresentação de um boletim de análise referente ao lote a exportar. As DRA's poderão realizar auditorias ou visitas de acompanhamento às empresas requerentes. Relativamente aos operadores económicos localizados na área de actuação da DRA Ribatejo e Oeste, os certificados poderão também ser solicitados directamente ao Gabinete de Planeamento e Políticas, Serviços de Normalização e Segurança Alimentar (telefone: 213 819 300 ou fax: 213 879 635).

> OUTROS DOCUMENTOS:

Eventualmente, o cliente poderá solicitar outros documentos adicionais, como, por exemplo, um CERTIFICADO DE ORIGEM. Este poderá ser emitido pela Casa do Azeite – Associação do Azeite de Portugal (só para empresas associadas) ou pela Associação Comercial de Lisboa (telefone: 213 224 050 ou fax: 213 224 051)

Cultura

A cultura brasileira reflecte os vários povos que constituem a demografia do país: índios, africanos e brancos europeus. Do resultado desta miscigenação de povos, surgiu uma realidade cultural específica, que sintetiza as várias culturas. Os brasileiros sentem-se como um só povo, pertencente a uma mesma etnia. No entanto, essa unidade não significa que haja uniformidade. Os negros mantiveram a sua espiritualidade, a sua religiosidade e o seu sentido musical. É nessas áreas que ele dá grandes contribuições e ajuda o brasileiro a ser um povo singular.

Sentidos à prova

Tudo começa por colocar cerca de 15 ml de azeite num copo de vidro de cor escura, para que a cor do azeite não influencie o provador. O azeite deverá estar a cerca de 28 graus para melhor libertar o seu aroma. Primeiro destapa-se o copo para sentir o perfume libertado, inspirando suavemente. Depois engole-se uma pequena porção que se saboreia atentamente com toda a cavidade bucal. Entre provas, bebe-se água e limpa-se o paladar comendo pedaços de maçã. Que tal repetir a experiência com um grupo de amigos?



Azeite à prova

TETRIBÉRICA – AGRICULTURA BIOLÓGICA, LDA

Produtor:

Tetribérica – Agricultura Biológica, Lda

Marca:

Acushla Gourmet

Azeite Virgem Extra DOP e Biológico

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite frutado verde com aroma intenso a folhas. Amargo e picante. Notas de frutos secos no final de boca.

Vai bem com:

Alimentos de sabor intenso.



TAIFAS, S.A.

Produtor:

Taifas, S.A.

Marca:

Quinta de São Vicente

Azeite Virgem Extra

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde bastante marcado. Aroma a erva e a tomate verde. Na boca apresenta um sabor bastante fresco e ligeiramente picante.

Vai bem com:

Saladas, gaspachos e alimentos de sabor leve e fresco.

CIDACEL, S.A.

Produtor:

Cidacel, S.A.

Marca:

Beirão

Azeite Virgem Extra

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde ligeiro. Aroma a erva e a maçã verde. Na boca apresenta-se bastante doce por ausência de amargo e picante.

Vai bem com:

Saladas, sobremesas e alimentos de sabor mais delicado.



INTERDOCES, LDA

Produtor:

Interdoces – Produtos Alimentares, Importação e Exportação, Lda

Marca:

Casa Pontinha

Azeite Virgem Extra DOP

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde e aroma a folha. Ligeiramente amargo e picante. Apresenta notas de frutos secos no final de boca.

Vai bem com:

Alimentos com sabores mais marcado como pratos de bacalhau e assados.



JOSÉ M. AGOSTINHOS, FILHOS & CIA, LDA

Produtor:

José Marques Agostinhos, Filhos & Cia, Lda

Marca:

Cristal Selecção

Azeite Virgem Extra

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde, onde se identificam aromas a folhas e a tomate. Ligeiramente picante e pouco amargo.

Vai bem com:

Peixes grelhados, saladas e doçaria.



SONAZ, LDA

Produtor:

Sonaz – Comércio e Indústria de Azeites, Lda

Marca:

Cordovil

Azeite Virgem Extra

Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde e fresco. Toques de folha. Amargo e picante na boca e sabor ligeiramente mentolado.

Vai bem com:

Açordas, guisados e pratos de bacalhau.



QUEIRÓS & CÚPIDO

Produtor:

Queirós & Cúpidos

Marca:

Ouro do Alentejo
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde intenso.
Aroma a folha e a menta.
Bastante amargo e picante.

Vai bem com:

Alimentos de sabor mais intenso.



MAÇARICO, S.A.

Produtor:

Maçarico, S.A.

Marca:

Maçarico
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado bastante verde e aroma a folha. Amargo na boca. Apresenta notas de frutos secos no final de boca.

Vai bem com:

Marinadas, queijos e alimentos de sabor mais intenso.



FERNANDES & HENRIQUES, LDA

Produtor:

Fernandes & Henriques, Lda

Marca:

Rainha Santa
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado verde intenso, alguns toques de folha. Na boca é muito amargo e picante.

Vai bem com:

Bacalhau, refogados e alimentos de sabor mais marcado.



SICA, LDA.

Produtor:

SICA – Sociedade Industrial e Comercial de Azeites, Lda

Marca:

Triunfo
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado maduro e algum aroma de folha. Na boca é um azeite doce, por ausência do amargo e do picante.

Vai bem com:

Grelhados, doçaria e saladas.



AMADEU & FERREIRA, LDA

Produtor:

Amadeu & Ferreira, Lda

Marca:

Porto
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite com um frutado maduro intenso.
Na boca é um azeite bastante doce por ausência de amargo e picante.

Vai bem com:

Alimentos de sabor mais suave.



RAMIRO AUGUSTO DO VALE, S.A.

Produtor:

Ramiro Augusto do Vale, S.A.

Marca:

Ourosinho
Azeite Virgem Extra
Campanha de 2007/2008

Notas de prova:

Azeite marcadamente amargo e picante na boca.
Frutado verde e aroma a folha.

Vai bem com:

Assados, bacalhau e sopas.





Mohammed Ouhmad Sbitri, director-executivo do Conselho Oleícola Internacional, acredita que os mercados emergentes terão um papel essencial para o equilíbrio entre a produção e o consumo nos próximos dez anos. Tendo isso em conta, o COI desenvolve actualmente acções de promoção do consumo na Índia, seguindo-se a Rússia, a China e a Coreia do Sul, países onde o crescimento económico, uma classe média emergente e as preocupações com a saúde e nutrição garantem um futuro risonho ao azeite

Entrevista | Susana Torrão Fotografias | Eduardo Martins

Mohammed Ouhmad Sbitri

“Os Estados Unidos
estão no quarto lugar
do ranking dos países
consumidores de azeite”



“Normas internacionais, com base no conhecimento da composição dos produtos oleícolas, **permitem o controlo de qualidade dos produtos**”

Qual a principal missão de uma organização como o COI?

A missão do Conselho Oleícola Internacional situa-se em três planos: cooperação técnica, normalização e expansão do comércio. No primeiro, o COI dedica-se a favorecer o desenvolvimento integrado e durável da oleicultura mundial e coordena políticas nacionais de produção, industrialização, armazenamento e comercialização dos produtos oleícolas. Além disso, tem uma actividade intensa no desenvolvimento da Investigação e

Desenvolvimento como forma de modernizar a oleicultura. No plano da normalização do comércio, desenvolve as suas actividades de colaboração em matéria de análise físico-química e sensorial para melhorar o conhecimento da composição dos produtos oleícolas com vista ao estabelecimento de normas internacionais que permitam o controlo de qualidade dos produtos, a justeza das trocas internacionais, a protecção dos direitos do consumidor e a prevenção de práticas fraudulentas. Apóia o estudo e aplicação

de medidas destinadas à harmonização das diferentes legislações e encoraja a harmonização dos critérios para a definição de indicações geográficas acordadas pelos membros com vista à sua protecção ao nível internacional. No que toca à expansão do comércio, apoia o desenvolvimento durável da economia oleícola mundial e facilita o estudo e aplicação de medidas que permitam um equilíbrio entre a produção e o consumo, bem como o estabelecimento de procedimentos de informação e consulta com vista a uma maior transparência do mercado.

O COI teve uma grande importância na promoção do consumo do azeite em mercados que tradicionalmente não eram grandes consumidores, como os Estados Unidos. Como avalia as dificuldades causadas pela suspensão do financiamento voluntário da promoção decidido pela Comissão Europeia?

Desde 1982 que o COI promove o consumo do azeite quer nos países produtores, quer em países terceiros, não produtores. Exemplo disso é a campanha realizada actualmente na Índia ou as próximas, na Rússia e na China. Os efeitos negativos da decisão da Comissão Europeia em suspender a sua contribuição voluntária à promoção do consumo de azeite em países terceiros, não produtores, nas exportações foram limitados. O que se explica pelo impacto positivo das campanhas de promoção realizadas longa e intensivamente em mercados como os Estados Unidos, Japão e Austrália. A fatia de mercado nesses países foi consolidada, como o prova o quarto lugar no *ranking* dos países consumidores de azeite, ocupado pelos Estados Unidos, com 250 mil toneladas.

Como vê o futuro da promoção do azeite a nível mundial?

O COI julgou ser útil concentrar, no imediato, as campanhas de promoção nos novos mercados. A estratégia adoptada

desde 2007 determina que em cada ano seja consagrado o maior número de recursos possível a um determinado país terceiro. Foi decidido que a campanha de promoção de 2007 seria consagrada à Índia e a de 2008 à Rússia. Conceito que será alargado à China em 2009. No quadro da campanha de promoção na Índia, o COI estabeleceu relações de cooperação com os líderes de opinião, médicos, investigadores e chefes de cozinha. Numa segunda fase estão previstas acções destinadas ao *trade* e consumidores.

Quais são os países com um maior potencial de crescimento de consumo de azeite?

A Índia, a China, a Rússia e a Coreia do Sul, que fazem parte do grupo de países mais povoados do Mundo e onde o crescimento económico é mais rápido. Estes países contam com uma classe média cada vez mais importante e sensível aos problemas da saúde e nutrição. O crescente poder de compra e o conhecimento ancestral dos benefícios dos produtos naturais são particularmente favoráveis ao crescimento do consumo de azeite e azeitonas.

Qual deverá ser o papel do COI nestes países?

Além da supervisão e controlo das campanhas de promoção, o COI é chamado a desenvolver sinergias com o sector privado (produtores, *trade*, importadores e exportadores) dos países produtores. Deve ainda desenvolver esforços junto dos governos dos países terceiros para solicitar o seu apoio à acção de promoção do consumo do azeite e das azeitonas de mesa, e sensibilizá-los para a redução das tarifas alfandegárias, problemas sanitários e controlo da qualidade.

O que pensa da aposta de cultivar olivais em países emergentes como os Estados Unidos, a Austrália ou até a China?

As nossas estatísticas sobre a evolução

“Na Índia, o COI estabeleceu relações de cooperação com os líderes de opinião, médicos, investigadores e chefes de cozinha”

das superfícies oleícolas no período entre 1986 e 2006 mostram que os Estados Unidos e a China não integram os países produtores emergentes, já que a evolução das suas plantações é mínima. Não me parece que exista, no futuro, um desequilíbrio entre a produção e o consumo provocada pela evolução das plantações nos últimos anos.

Os países emergentes poderão vir a ter importância enquanto produtores?

Tanto a maioria dos países produtores históricos como os novos produtores aumentaram consideravelmente as suas superfícies oleícolas nos últimos dez anos. Mesmo não atingindo as superfícies dos países da Comunidade Europeia, Norte de África ou Médio Oriente, há que sublinhar a taxa elevada de extensão dos olivais dos países da América do Sul. Os países produtores emergentes podem ter, no futuro, um papel importante no mercado mundial desde que produzam e comercializem produtos de qualidade.

E estão preparados para obter azeite de qualidade?

Além da contribuição da competência de numerosos investidores vindos de países tradicionalmente produtores de azeite, estes novos países empregam uma tecnologia moderna (em geral, extracção em duas fases). Isso explica, em parte, o sucesso conseguido pelo azeite chileno nos concursos internacionais nos últimos anos. Os novos países produtores aprenderam as lições dos países tradicionalmente produtores, bem como a necessidade de uma política de qualidade que garanta a venda de um produto caro. Esta vontade só nos pode reconfortar sobre o futuro.



Quais as principais linhas de orientação do Acordo de 2005 (em vigor desde o ano passado) e quais as inovações trazidas em matéria de ambiente?

O acordo institucionaliza a relação entre a organização e a profissão e garante um maior lugar à protecção do ambiente, tanto ao nível da oleicultura como da técnica oleícola, à qualidade do azeite e das azeitonas de mesa e também à divulgação das propriedades destes produtos.

No Sul do país, com melhores condições de irrigação permitidas pela barragem do Alqueva, surgem olivais de cultura intensiva. De que forma é que esta cultura pode estar de acordo com as directivas do COI em relação à protecção ambiental?

O estudo das relações entre a oleicultura e o ambiente são uma prioridade fundamental para o COI.

As inovações em matéria de tecnologia devem ser concebidas de maneira a conciliar diferentes exigências que não beneficiem apenas a produção. É por esta razão que convém definir de forma precisa, no momento da concepção dos sistemas de cultura, os laços existentes entre oleicultura e ambiente, de maneira a que a primeira seja considerada um recurso para favorecer a protecção do ambiente e que, aliada a uma estratégia oportuna de gestão das actividades oleícolas, ofereça à agricultura todas as garantias necessárias de rentabilidade do investimento.

“O crescente poder de compra e o conhecimento ancestral dos benefícios dos produtos naturais são particularmente favoráveis ao crescimento do consumo de azeite e azeitonas”



A normalização internacional dos métodos de análise e controlo é fundamental para um comércio justo. Qual é o papel do COI na supervisão do comércio internacional?

O COI esforçou-se por implicar não só os países membros no quadro das suas actividades de controlo, mas também representantes dos produtores, exportadores e distribuidores. Foi assim que uma convenção para o controlo de qualidade dos azeites e azeites de bagaço de azeitona comercializados nos países importadores foi assinada em Julho de 1991, que institui um sistema de auto-regulamentação, obrigando as instituições a respeitar as normas do COI. A convenção permite controlar a qualidade do azeite destinado aos mercados de importação em laboratórios aprovados e com recurso a métodos de análise actualizados.

Como funciona a cooperação técnica no interior do COI?

Para atingir os objectivos de cooperação traçados no Acordo Internacional de 2005, o COI concebe e desenvolve programas de acção que incluem acções de assistência técnica, formação e Investigação e Desenvolvimento.

Ao nível da Investigação e Desenvolvimento - cujo objectivo é actualizar as técnicas para permitir a modernização da cultura da oliveira e da indústria oleícola, melhorar a qualidade dos produtos oleícolas, reduzir o preço de revenda dos produtos e melhorar a relação da indústria oleícola com o ambiente – o COI tem uma série de projectos de cooperação horizontal. No que toca à cooperação técnica, o COI organiza anualmente ciclos de formação e aperfeiçoamento internacionais, cursos e acções específicos para os países que os pedem, e concede bolsas para Masters em oleicultura e técnica oleícola em Espanha e Itália.

O ano de 2007 registou bons níveis de produção mas esperam-se piores resultados para 2008. Como se explica esta variação?

A produção da campanha de 2006/07 (2.859.500 toneladas) foi média em comparação com as excelentes campanhas de 2003/04 (3.174.000 toneladas) e 2004/05 (3.013.000 toneladas). As previsões para a campanha 2007/8 estão ligeiramente abaixo da média das seis campanhas 2001/02-2006/07 (2.823.300 toneladas) mas muito acima da média das campanhas 1995/96-2000/01 (2.356.400 toneladas). Esta ligeira diminuição é resultado de uma alternância normal, acentuada pelos problemas climáticos que afectaram o Sul da Europa.

Desde o início dos anos 90 o preço do azeite tem sofrido oscilações. Porquê?

É necessário procurar as causas nos movimentos especulativos resultantes da emissão de informações falsas sobre as disponibilidades destes produtos. De facto, estas variações de preço não correspondem em nada à evolução do mercado. Em todo o caso, se o preço médio dos azeites manteve, nos últimos dois anos, um certo equilíbrio, também é verdade que o preço dos outros óleos vegetais fluidos alimentares aumentou consideravelmente, para passar de um *ratio* médio com o azeite de 2,6 para 4, no passado, para 6 a 10 vezes superior.

Portugal não ultrapassa as 40 mil toneladas de produção de azeite (para 2007/08 está prevista uma produção de 36 mil toneladas). Há condições para que o país aumente os níveis de produção?

Até agora, a produção de azeite em Portugal esteve sujeita a um fenómeno de alternância: a média era de 40100 toneladas durante as campanhas de 1995/96 – 2000/01 e de 35400 toneladas. Em pouco tempo as condições de produção e extracção mudaram graças a terem-se arrancado as velhas plantações não produtivas e às plantações feitas por investidores estrangeiros (Ancora, Todolivo, entre outros). Para a mudan-

ça contribuíram ainda a modernização dos lagares e a manutenção e desenvolvimento futuro das exportações tradicionais. Num futuro próximo, Portugal deverá ter uma produção de 40 mil toneladas e em 2010/11 deve atingir as 45 mil toneladas.

Como vê o sector do azeite dentro de dez anos?

As projecções feitas para as últimas dez campanhas (1997/98-2006/7) previam uma grande superioridade da produção em relação ao consumo. Contudo, os balanços das campanhas, que indicam um consumo ligeiramente inferior à produção – uma diferença de 7000 toneladas –, não confirmaram estas projecções pessimistas. No que diz respeito às projec-

ções feitas para as campanhas 2014/15 e 2016, elas confirmam a superioridade da produção em relação ao consumo: uma diferença que se situa entre as 23 mil e as 25 mil toneladas. Se tivermos em conta a melhoria da produtividade e o ritmo das plantações efectuadas nos últimos dez anos, a diferença será mais importante. Mas é preciso não esquecer os acasos climáticos e a sua incidência directa sobre as colheitas. Em qualquer caso, podemos esperar um equilíbrio entre a produção e o consumo pelo reforço do posicionamento do azeite em mercados importadores como os Estados Unidos, o Japão ou a Austrália, bem como pela conquista de novas saídas graças ao lançamento de campanhas de promoção nos mercados dos países emergentes. ■



Margarida Pinto Correia

Entrevista | Maria Jerónimo Fotografias | Eduardo Sousa Ribeiro

A cozinha é uma alquimia

O petisco e as conversas demoradas, a alquimia de misturar ingredientes e sair alguma coisa de chorar por mais.

Margarida Pinto Correia gosta de estar à mesa e de pôr as mãos nos ingredientes. Sentir o cheiro do café acabado de fazer, de preferência de modo lento, no balão, e o prazer de molhar o pão no melhor azeite do Mundo: o da Tia Adriana, da aldeia de Tremez. Isso e umas amêijoas à Bulhão Pato à beira-mar, a melhor das iguarias.

PERFIL

MARGARIDA PINTO CORREIA

- Licenciada em Relações Internacionais, começou por trabalhar na área do Jornalismo.
- Foi jornalista em estações de televisão, de rádio e também em revistas.
- Já trabalhou como actriz no teatro e no cinema.
- Actualmente, é administradora da Fundação do Gil.





Há sorrisos à entrada. A casa é conhecida e a comida é como em casa. Casa cheia. Ou não se comesse por ali como se comia nas antigas casas das avós e das tias. Como já se come em poucas casas. Comida portuguesa, sem fusões, feita como dantes, servida como antes.

Há sorrisos e uma mesa à espera numa familiaridade só possível quando já há muito se é da casa. “Não sei há quanto tempo. Há muitos anos. Acho que com o Luís, ainda namorávamos...” Margarida Pinto Correia gosta de debicar, tirar nicos de comida, ir de prato em prato, provar. “Gosto das molhargas”, confessa. E já as ovas, o mexilhão, o polvo, as azeitonas e o pão estão em cima da toalha branca com guardanapos de pano. “Costumamos vir aqui muito, para petiscar”, diz num plural que congrega não apenas o marido, o músico Luís Represas, mas os amigos, porque a mesa é para isso mesmo. Para conversar e demorar e no Mattos, ali junto à Avenida de Roma, ninguém olha para o relógio porque é tempo de comer.

Coisa sagrada, essa de não olhar o tempo. Coisa mágica, essa de misturar ingredientes até sair qualquer coisa de bom. “A cozinha é uma alquimia. Tem qualquer coisa de bruxaria. É assim que a entendo”, refere esta mulher que saiu do mediatismo e se entregou a uma causa que também é outra casa. A do Gil. Recebe crianças em recuperação, espécie de meio de integração entre uma estada no hospital e um regresso a casa que nem sempre é pacífico, seja por falta de condições das famílias, seja pela dificuldade do período de convalescença. E fala-se de reinserção sem lamechices. Nenhumas. A Casa do Gil fica ali perto, na Avenida do Brasil, e o

Mattos é um sítio para desanuviar, “limpar a alma” com coisas boas. Um intervalo ao almoço.

E a alquimia continua. Chega em forma de iguarias. “Quando estou na cozinha sinto-me como uma bruxa à volta de uma poção mágica. Vou misturando ingredientes. Não sou uma cozinheira típica, tradicional. Invento muito. Gosto do improvisado.” E há coisas que se recusa a aprender. Cozinha japonesa, por exemplo. “Gosto que me sirvam. Não quero saber como se faz.” É isso e *margueritas*, “a minha bebida preferida”. Gosto que as façam para mim.

Há outra excepção. Esta também tem a ver com o gosto ou, neste caso, com a falta dele. “Há uma coisa que só não recuso comer por educação.” E faz silêncio como se fosse revelar uma fraqueza, confessar um quase-pecado, porque não gosta mas gostava de gostar. “Isclas.” Com ou sem elas. Nunca aprendeu o prazer que todos em casa partilhavam à volta de um fígado de vaca ou porco cortado em fatias muito finas e temperado com vinagre e outras coisas que nunca soube muito bem o que eram e que depois iam a fritar e se acompanhava com batatas cozidas. Não gostava, não gosta, mas em criança comia duas vezes por ano. Uma vez, em casa, para satisfazer os pais, outra no campo de férias para onde costumava ir e no qual uma das refeições era, inevitavelmente, isclas. “Um sacrifício”, diz sem disfarçar o enjoo pela consistência do alimento.

Adiante. Afinal a mesa é mesmo um prazer e lugar de encontro para esta mulher que não dissocia a comida do que a rodeia. Iguaria, iguaria “são umas boas amêijoas à Bulhão Pato numa esplan-

“Quando estou na cozinha sinto-me como uma bruxa à volta de uma poção mágica.

Vou misturando ingredientes... **Invento muito. Gosto do improvisado**”

da à beira-mar em boa companhia”. Molhar o pão no azeite e uma boa conversa enquanto os amigos se vão juntando, por exemplo. O cheiro do pão quente a sair do forno, o bacalhau à Brás que mais ninguém na família aprecia, ou o café, lento, de balão, que se fazia em casa dos pais e que gosta de fazer sempre que tem tempo em sua casa. “É um ritual com algo de magia que faz com que uma refeição se prolongue, se retarde como deve acontecer com todos os prazeres.” E lá está. Tem outra vez algo a ver com alquimia. Se tivesse de encontrar um sinónimo para o acto de cozinhar seria certamente esse o que Margarida Pinto Correia apontava. Pediu bacalhau à casa, se possível com esparregado. “Sei que não é uma mistura tradicional, mas sempre que há como esparregado.”

Veio. E uma garrafa de água porque o vinho a amolece e há uma reunião logo a seguir ao almoço para onde deve ir expedita. Não fosse isso e acompanhava o prato com um copo de tinto, saboreado. Não pede salada, mas se pedisse pedia em surdina que lha servissem já temperada. Há coisas de que não prescindo. Uma boa salada tem de vir temperada e bem mexida para a mesa.” Com azeite e vinagre, claro.

E come sem melindres nem tiques de dieta porque tem a sorte de ser magra e não gostar de exageros. Come e diz que conhece “o melhor azeite do Mundo”. O que lhe apetece.

“Uma boa salada **tem de vir temperada e bem mexida para a mesa**”

E há outra vez o silêncio que antecede a revelação. É um azeite que vem da aldeia onde viveu alguns dias da sua infância. A aldeia do pai, no Ribatejo.

Descobriu o segredo e não o guardou só para si. Espalhou-o pelos amigos que passaram a pedir-lhe que trouxesse azeite sempre que se deslocava a Tremez, assim se chama a aldeia onde se produz o melhor dos azeites. “É o azeite da tia Adriana Paixão”, revela. E o azeite de Tremez, que vai muito além do da tia Adriana, passou a ser presente de Natal entre os amigos. Foi quase instituído que, a cada Natal, Margarida oferecia azeite a todos. E fala do gosto de molhar o pão, embebê-lo do líquido amarelado e pensar nas azeitonas com ervas e alho que gosta de fazer e de comer. “É mais bruxaria, alquimia, sei lá, e ponho as mãos na massa”, que é como quem diz na comida que prepara e usa colher de pau, mais uma vez indiferente às normas e aos conselhos das amigas que não cozinham. E já vai falando em férias. Nas que vêm e nas que foram e sempre juntaram e hão-de juntar toda a gente à mesa. Lá em casa são cinco. Mas há sempre quem chegue. “E às vezes são tantos...”

” A conversa flui. O tempo passa sem que se queira. E já vem o *strudel* de maçã com gelado de natas e um café, “ao mesmo tempo, se fizer favor.”





Na rota da azeitona

Com os olivais do Alto Alentejo como cenário, Campo Maior e Elvas revelam a sua história intimamente ligada ao precioso azeite. Entre monumentos e pequenas propriedades, que mais parecem mosaicos colados na paisagem, esta região tem muito para oferecer

Texto | Rita Caetano | Fotografias | Eduardo Sousa Ribeiro





A azeitona de Campo Maior e Elvas, de Denominação de Origem Protegida (DOP), é um dos *ex-libris* desta região pois a sua produção e transformação não ultrapassa as fronteiras desta área, como mandam as políticas agrícolas



DIA 1

Campo Maior, a vila branca

“Aqui o campo é maior.” Reza a lenda que foi esta frase, dita há muitos séculos atrás por um dos homens que procurava um local seguro para se instalar em comunidade, que deu origem ao nome da vila raiana de Campo Maior. Mas a história desta povoação começou muito antes, vivia-se ainda o período da Pré-História, como o demonstram os vestígios encontrados ao longo dos tempos. A sua ascensão continuou com os Romanos e passou pelas mãos dos Mouros. Mais tarde, a vila integrou Castela e, só no século XIII é que passou a pertencer em definitivo ao território português.

Até ao século XVIII foi uma praça-forte e lugar de inúmeras manobras militares, ou não estivesse a poucos quilómetros da fronteira com a vizinha Espanha. Uma história conturbada que lhe deu um encanto especial, que se sente mal se entra nesta vila alentejana.

Terra de olivicultura

Apesar de ser uma manhã de Inverno, o sol brindou-nos com a sua presença e, como não poderia deixar de ser, iluminadas pelo astro-rei, as ruelas de Campo Maior têm ainda mais magia. No centro histórico, o casario caiado de branco, como manda a tradição para lá do Tejo, vai quase todo desembocar no castelo, o ponto mais alto da vila. Aqui, a vista para a área que circunda Campo Maior é deslumbrante. Os extensos olivais, divididos em pequenas propriedades e salpicados por campos verdejantes, onde apetece rebolar, são a paisagem predominante. Não há margem para dúvidas, estamos em terras de olivicultura.

Em solo de boa azeitona poderia presumir-se a presença de vários lagares, mas todos os que existiram no passado estão agora encerrados, para grande tristeza da população. Apesar de já não se fazer azeite por estas paragens, esta gordura saudável continua a fazer parte da história campo-maiorense, como se pode observar no lagar-museu. Situado no palácio Visconde D'Olivã, uma das mais nobres casas da vila, o museu reproduz o antigo lagar que ali existia. “A ligação longínqua do nosso concelho à olivicultura não pode ser esquecida. Por isso, com o espólio que tínhamos e com aquilo que a população nos foi dando, conseguimos fazer um museu pedagógico que mostra o processo da produção do azeite”, explica Ana Golaio, vereadora da Cultura do município local. Pressas, mós, medidoras, barris, bilhas, potes e candeias são apenas alguns dos objectos que na sala principal mostram como se fazia o azeite noutros tempos. Na sala de etnografia, as vestes para a apanha da azeitona continuam a “contar” o passado. E, já no presente, não há melhor forma de terminar a visitado que com a prova do azeite e da azeitona locais.



7.



8.

ONDE FICAR

HORTA DO MURO – Turismo Rural
Campo Maior
Tel.: 268 688 431
www.hortadomuro.com

QUINTA DOS AVÓS – Turismo de Habitação
Quinta de São João – Campo Maior
Tel.: 268 688 309
www.quinta-dos-avos.com

1.Olival de Campo Maior 2. Habitante local 3.Praça da República - Elvas 4. Rua que vai dar ao castelo de Campo Maior 5. Brasão de Portugal 6. Muralhas do castelo de Campo Maior 7. Torre principal do castelo de Campo Maior 8. Arcos do castelo 9. e 10. Propriedades nos arredores de Elvas (Quinta dos Avós) 11. Os cavalos na Horta do Muro 12.Oliveiras centenárias 13.Olival a caminho de Elvas 14. Igreja matriz de Campo Maior 15. Aqueduto da Amoreira em Elvas 16. Pasta de azeitona da Campo em Casa 17. Praça de Santa Clara em Elvas 18. Escolha da azeitona na Campo em Casa 19. Garrafa de azeite no lagar-museu de Campo Maior 20. Produtos biológicos da Horta do Muro



Na Horta do Muro pode-se participar nas actividades agrícolas, como a apanha da azeitona, a plantação e a colheita de culturas, tudo isto feito no sistema de agricultura biológica



Conforto e paz

Para quem quer pernoitar na “vila branca”, temos duas sugestões: a Quinta dos Avós e a Horta do Muro. Em qualquer dos casos, os hóspedes são recebidos de braços abertos pelos proprietários que primam pela simpatia.

O primeiro é um turismo de habitação, localizado numa propriedade de seis hectares e meio, cuja principal fatia do terreno é um olival que, apesar da avançada idade, fornece as azeitonas com as quais os hóspedes se deliciam durante a sua estadia. Um solar do século XVII, fontes e um lago antigos, um laranjal, uma piscina e um terreno de perder de vista apaixonam qualquer um que por aqui se demore.

O segundo é um turismo rural, rodeado pela

natureza e onde se pratica agricultura biológica. O resultado do abandono dos químicos é a produção de óptimos produtos com sabores autênticos, desde as frutas aos legumes passando pelo azeite, também biológico.

O pequeno-almoço e as refeições principais são os momentos ideais para os provar. Todavia, quem se perder de amores por eles, pode levá-los para casa pois estão à venda. A propriedade tem sete hectares e convida a longos passeios a pé, de bicicleta ou a cavalo. Visitar a maior barragem romana a sul do Tejo, situada a poucos metros, é uma caminhada obrigatória, tal como é indispensável deixar-se invadir pelo sossego e, à noite, olhar para o céu e contar as estrelas.



DIA 2

A Caminho de Elvas

Estamos quase a deixar Campo Maior, mas não poderíamos deixar de falar da Azeitona de Elvas e Campo Maior, de Denominação de Origem Protegida. Esta azeitona de qualidade é distribuída pela Agrodelta, situada na zona industrial da vila, para todo o país. Conservada em água e sal, como manda a tradição, a azeitona em conserva provém dos olivais que rodeiam esta terra. “A nossa azeitona obedece a critérios de qualidade muito rigorosos e quando chega aqui é escolhida manualmente pelos nossos trabalhadores”, explica João Samadas, gestor de Variedade da Agrodelta. O escoamento do produto é feito para restaurantes e distribuidores, entre outros, e poucos são os excedentes.

“O que estamos a embalar esta semana será vendido na próxima, e assim sucessivamente. Deste modo garantimos sempre a qualidade do nosso produto”, assegura. O futuro da empresa pode passar também pela produção do azeite: “Está nos nossos horizontes, mas ainda não sabemos quando”, confirma o gestor.

A próxima paragem é a cidade de Elvas. Mas antes vale a pena espreitar a barragem do Caia, que nas proximidades de Campo Maior forma uma autêntica baía. Desportos náuticos sem motor e a pesca desportiva reinam neste pedaço do rio Caia, tão apetecível, sobretudo nos dias de calor intenso característicos do Alentejo.



13.

O QUE FAZER



14.

MONUMENTOS

Em Campo Maior existem alguns monumentos que merecem ser visitados. A maior parte confunde-se com a história da vila e com as batalhas que ali tiveram lugar durante a reconquista cristã e a guerra com Castela. O edifício da câmara municipal e as suas escadarias barrocas, o castelo, as portas da vila, a igreja matriz e a de São João Baptista, a capela dos ossos e o pelourinho são disso bons exemplos. Em Elvas, aprecie a muralha fernandina e o extenso aqueduto da Amoreira, o castelo, a Sé manuelina e os fortes da Graça e de Santa Luzia.

MUSEUS

Recentemente, foram inaugurados em Campo Maior o Museu do Café e o Museu-Lagar, testemunhos de duas importantes actividades económi-

cas da região. Em Elvas, visite os museus de Arte Contemporânea, Arte Sacra, Militar e Fotografia.

FESTAS E ROMARIAS

Campo Maior é sinónimo de grandes festas. A principal é a Festa do Povo, das Flores ou dos Artistas, durante a qual a vila é coberta com flores de papel feitas pelos residentes. Durante uma semana, no final de Agosto e início de Setembro, Campo Maior não dorme e a população aumenta desmesuradamente, tal é a fama desta festa. Sem periodicidade regular, as datas das próximas ainda estão no segredo dos campo-maiorenses.

ARTESANATO

Tanto em Campo Maior como em Évora, aprecie o artesanato local. O barro, a madeira, o metal e os têxteis são as matérias-primas por excelência.



Muralha fernandina

Já na cidade, por onde passaram povos como os Cartagineses, Romanos, Suevos e Árabes, é inevitável percorrer os traçados das ruas medievais que vão dar à Praça da República. Durante este percurso deve-se observar os palacetes que as povoam, entrar nas igrejas e na Sé e reparar nos arcos que caracterizam a arquitectura elvense. Mas é fora das muralhas seiscentista que se encontra o *ex-libris* de Elvas, o aqueduto da Amoreira, uma obra extraordinária datada do século XVII.

Os fortes de Santa Luzia e da Graça, que testemunharam os confrontos entre Castela e Portugal durante séculos, são outros monumentos a visitar nesta pequena e acolhedora cidade, onde o castelhano se confunde com o português dado o grande número de visitantes espanhóis.

De Elvas, seguimos em direcção a Vila Boim, uma das povoações mais antigas do concelho elvense. Nesta pequena localidade situa-se a Campo em Casa, uma empresa que, além das azeitonas de conserva, produz pastas de azeitonas e pisos alentejanos. “Os Portugueses, contrariamente ao que acontece com os gregos e os Italianos, ainda não estão muito habituados à pasta mas já começam a conhecer e sobretudo a querer provar”, afirma Inês Cid,



a proprietária. A Campo em Casa não faz venda directa mas os seus produtos podem ser encontrados em lojas *gourmet* e também em grandes superfícies comerciais.

Feita numa panela a vapor, a pasta de azeitona tem como ingrediente principal o fruto da oliveira, depois de esmagado e descarado, ao qual se pode juntar especiarias, orégãos, tomate e, claro, o famoso azeite. “Já os pisos, com os quais podemos barrar o pão ou fazer a base para as açordas alentejana, são simplesmente uma mistura de coentros, alho e azeite”, explica Inês Cid. E é com mais esta explicação sobre outra aplicação do azeite que terminamos esta viagem pelo Alto Alentejo, onde falar com as suas gentes é ficar a perceber o que de tão especial tem a olivicultura, uma tradição agrícola do Sul da Europa que nos continua a aproximar aos países mediterrânicos. ■



17.

RICA GASTRONOMIA



18.

Na cozinha regional de Elvas e Campo Maior, “temperada” com algumas influências espanholas, há ingredientes que não podem faltar, como o azeite, o tomate, a carne de porco, o pão e as azeitonas. Para começar em beleza a refeição, prove a sopa de cação, de batata, de tomate ou mesmo um gaspacho e delicie-se. De seguida, escolha entre as migas com entrecosto, os grãos com carne, a açorda, a carne de porco à alentejana e o bacalhau dourado. Termine com sericaia com ameixas, tortilha de amêndoa, grão e gila ou com os bolos amassados. Depois de provar vai, com certeza, querer repetir a experiência.

ONDE COMER

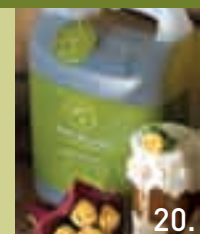
APERTA AZEITE – Estrada dos Celeiros, Campo Maior. Tel.: 268 699 090

A MURALHA – Hotel Santa Beatriz, Av. dos Combatentes da Grande Guerra, Campo Maior. Tel.: 268 680 040

O ONOFRE – Praça 25 de Abril, nº18, Elvas. Tel.: 268 620 130



19.



20.

Na cozinha do chefe



Luís Baena

Cozinha é conforto e provocação

Entrevista | Maria Jerónimo | Fotografias | Eduardo Martins

Foi atrás de uma namorada e deixou-se conquistar pela cozinha. Num restaurante em Bruxelas, o seu primeiro emprego, percebeu que o curso de Direito era um equívoco e a sua vocação eram “os tachos”. Começou pela pastelaria e fez da prática a sua escola. Em hotéis, cruzeiros, no Brasil e no Oriente, construiu uma carreira difícil de resumir em poucas linhas. Luís Baena está agora à frente da cozinha da cadeia de hotéis Tivoli. Defende que a cozinha é criatividade e faz da sua prática um laboratório. A finalidade é o conforto do cliente. Se possível, sempre com boa dose de surpresa

Como gosta mais de ser tratado, por cozinheiro ou chefe?

Por Luís. É o meu nome. Sou um cozinheiro. Sou um chefe mas a minha formação básica é de cozinheiro. É isso que sou.

Como começou?

Comecei em Bruxelas. Foi lá que fiz a minha formação. Fui atrás de uma namorada e acabei na cozinha...

Era uma vocação?

Não. Só cozinhava em casa, praticando descontraidamente e sem pretensões. Na altura pensava em tirar Direito. Entretanto, como sempre gostei de cozinhar e de comer, fui trabalhar para um restaurante e percebi que era mesmo aquilo que queria.

Diz que o primeiro emprego foi num restaurante em Bruxelas...

Comecei na pastelaria e passei por vários sítios na cozinha até me vir embora. Cheguei a Portugal e fui trabalhar para o restaurante onde agora funciona a Galeria Gemmelli que então se chamava Le Jardin. De lá fui para um no Bairro Alto e arranquei para o Brasil atrás de outra namorada e foi lá que comecei a trabalhar em hotelaria.

Na cozinha do chefe



Resumir 28 anos em dois minutos não é fácil...

Não. De lá vim para Lisboa. Estive aqui três ou quatro meses e depois fui para uma companhia norueguesa de navegação onde trabalhei como chefe executivo. Fiz cruzeiros um pouco por todo o Mundo. Mais tarde, fui trabalhar para a cozinha num barco de cruzeiro, em Singapura. Foi a minha primeira entrada no Oriente e fiquei fascinado. Comecei então a viajar frequentemente para o Oriente há 15 anos, aquando da comemoração dos 450 anos de amizade luso-japonesa. Trabalhei em Macau e Hong-Kong. Depois, regresssei a Portugal. Trabalhei numa empresa com várias concessões na área da restauração. O CCB, o Golfe da Aroeira, O Doca 6, a Padaria da Lapa... Fazia um trabalho de gestor. Gostava muito de cozinha mas não apareceu na área nada que me entusiasmasse até que, mais tarde, aparece Catralvos e, aí sim, pude voltar novamente para os tachos, fazer o gosto ao dedo.

É onde gosta mais de estar, junto aos tachos?

Também gosto de estar nos tachos, mas é aí que está a parte criativa, a que me dá mais gozo.

Neste momento é consultor externo do Tivoli. Fora dos tachos...

Estou nos tachos uns dias sim, outros não. Sou responsável pela cozinha de 12 hotéis em Portugal. Está o 13.º em construção e mais dois no Brasil, e agora é fazer um reposicionamento da marca. Um hotel contemporâneo que vai ter quatro estrelas, cinco estrelas e *collection* e nesses vou ter um restaurante com assinatura e vou começar pelo primeiro, no Tivoli Lisboa, que vai ter uma cozinha contemporânea. Depois, há o Victoria, em Vilamoura, que vai ter uma cozinha vanguardista, a mesma cozinha que vou fazer em São Paulo, o mesmo conceito. Há ainda Seteais, que vai ser uma cozinha mais clássica.

Está a falar de conceitos como o de cozinha de vanguarda. O que a distingue da cozinha contemporânea?

A minha abordagem a essa cozinha passa por dar-lhe um tratamento clássico e torná-la mais atraente, mas também por concentrar sabores. Uma pessoa reconhece o sabor de uma alheira ou de um chouriço, mas vou subverter um bocadinho e apresentar de maneira diferente. De um modo mais leve e elegante. Concentro-me nos sabores, sobretudo na cozinha contemporânea. A cozinha de vanguarda já é mais arrojada e brinca um bocadinho com sensações, emoções, provocações...

E o que pode ser uma provocação gastronómica?

O *hot dog*, por exemplo, uma salsicha de camarão que é apresentada na malga de um cão daquelas do IKEA. Continuo a fazer isso sem problema nenhum. Há espaço para muito mais criatividade, rasgam-se fronteiras. Há uma altura em que retiro todos os talheres e as pessoas são obrigadas a comer à mão, sentir o prazer de comer à mão. Há duas alternativas, ou comem à mão ou com pão.

Já disse que começou pela pastelaria. Que lugar é que esse lado da cozinha lhe ocupa agora?

Vou lançar um livro. É o meu primeiro livro e será sobre pastelaria. A doçaria tem uma grande vantagem: obriga-nos a trabalhar com muito rigor. Uma receita tem de ser seguida com rigor.

Isso não se pode tornar monótono?

Sim, mas para o cliente também tem um grande conforto: é que é sempre igual, permite fidelizar. Nem todos os trabalhos de cozinha são muito interessantes. Se me perguntar se gosto de fazer banquetes de casamento respondo que não gosto, mas se os tiver de fazer...

O que lhe dá mais gozo fazer?

A parte da criação. Trabalhar novas ideias, novas texturas, descobrir novas técnicas. Consolidar isso tudo no dia-a-dia é fundamental. Uma coisa é essa parte de pesquisa, essa inquietação. Outra coisa é conseguir transmitir ao cliente um certo conforto. Saber com o que pode contar quando se desloca a determinado sítio. Quero rigor, quero constância.

Continua a haver um estigma em relação à cozinha de hotel. Concorde?

Sim. Felizmente tenho um colega, o Henrique Sá Pessoa, e não é o único, que está a fazer um trabalho muito bom. As pessoas quando vão jantar ao Sheraton sabem que ali já foi ultrapassada a barreira da comida de hotel. Sabem que vão almoçar, lanchar ou jantar ao Henrique. Os hotéis são dos sítios onde se come melhor e têm uma grande vantagem sobre os restaurantes. Normalmente, têm equipamentos muito bons, têm equipas completas e acesso a boas matérias-primas. O mal dos hotéis tradicionais é trabalharem

demasiado as coisas. Tiram tanta casca, aperfeiçoam tanto, escaldam, branqueiam, que às vezes as coisas perdem sabor...

Cada vez mais chama-se um cozinheiro para lançar um restaurante e pouco tempo depois esse mesmo chefe sai e vai abrir outro. O que acha desta prática, a de deixar uma assinatura?

Acaba por não deixar, não é? Porque as coisas depois desaparecem rapidamente. É evidente que, quer para um cliente quer para uma pessoa da profissão, é sempre desvantajoso fazer essa mudança. Cada chefe ou cozinheiro que lá apareça vai dar a sua assinatura e implementar certas coisas, a menos que faça estilo McDonalds e aquilo é sempre igual. Felizmente, as coisas não estão tão standartizadas. Mas essa rotação tão grande não é boa.

Ainda há espaço para a invenção na cozinha?

Claro. Dizer o contrário é reduzir a música que se faz hoje em dia à que se fazia no século XVIII. Há lugar para Bach e para Pat Matheny. São estilos diferentes, as notas continuam a ser as mesmas, mas uma pessoa pode utilizá-las como quiser. A cozinha portuguesa tem vindo sempre a evoluir. Quando se fala com algum conservadorismo sobre a inovação na cozinha portuguesa esquece-se que quando falamos de sardinhas grelhadas, de autóctone mesmo só tem as sardinhas. De resto, não tem mais nada. O milho da broa foi importado, tal como o pimento, o tomate e a batata. Mas vão sempre aparecendo coisas novas.

E o azeite já se pode comer.

Sim, e há cada vez mais provas que estimulam e ensinam esses paladares. Uma coisa que falta aos nossos azeites é *marketing*, é apresentação. Temos azeites muito bons em Trás-os-Montes e nas Beiras. Se estiverem bem embalados com um bom *marketing* por detrás, podemos e devemos competir com qualquer azeite.

O azeite escolhe-se em função do prato?

O mais possível. Imagine que faço um prato inspirado na cozinha alentejana. Não faz sentido trabalhar com um azeite da Beira. Interessa-me perceber as características de cada azeite para saber como se vai comportar no prato e se vai sofrer alguma transformação química. Ou seja, se o vou cozinhar ou trabalhar a frio.

Vai a tascas?

Raramente. Acho que nas tascas a comida é boa, mas... Na higiene há que ter algum cuidado.

O que o faz percorrer quilómetros para comer?

A qualidade e o ambiente. Se pensar em cozinha tradicional portuguesa, tanto posso ir a Trás-os-Montes como ao Alentejo. Se for ao Alentejo, penso num entrecosto com umas migas. E posso ir a Trás-os-Montes comer um bom pão e umas boas azeitonas. É conforme a inspiração do momento. Não me sinto a mesma pessoa todos os dias. ■

BOLO PODRE COM GELADO DE AZEITE

Para nos provar que a tradição e a criatividade podem andar de braço dado, o Chefe Luís Baena partilhou connosco uma receita de sua autoria.



BOLO PODRE

INGREDIENTES

- > 6 ovos
- > 250 gr de mel
- > 250 ml de azeite virgem
- > 250 gr de açúcar amarelo
- > 1/2 colher de sopa de canela
- > 350 g de farinha
- > 1 colher de chá de fermento em pó
- > 1 limão (raspa)
- > azeite q.b.

PREPARAÇÃO

Deitar numa tigela o mel, o azeite, o açúcar e a raspa de limão e bater até se obter um preparado esbranquiçado. Em seguida adicionar a canela e as gemas, batendo muito bem. Depois, bater as claras em castelo bem firme e juntar ao preparado anterior, alternando com a farinha previamente peneirada com o fermento. Deitar a massa numa forma grande untada com azeite e levar a cozer em forno a 180° C.

GELADO DE AZEITE

INGREDIENTES

- > 300 ml de leite
- > 100 ml de natas
- > 200 ml de azeite virgem extra
- > 1 vagem de baunilha
- > 150 gr de açúcar
- > 6 gemas

PREPARAÇÃO

Misturar todos os ingredientes e levar ao lume até atingir os 85° C, mexendo sempre. Deixar arrefecer e bater numa sorveteira até à consistência de gelado.

FINALIZAÇÃO

Cortar duas fatias de bolo e esticar entre duas folhas de papel vegetal com a ajuda de um rolo de massa. Secar as telhas no forno (100° C). Cortar uma fatia de bolo na forma desejada e colocar no prato. Acompanhar com uma bola de gelado de azeite. Decorar com as telhas de bolo podre, redução de vinagre balsâmico e folhas de manjerição fritas.

Fritar com azeite

Sabia que o azeite é uma das gorduras mais saudáveis para fritar os seus alimentos?

*Os óleos e as margarinas são quase sempre a opção quando se trata de fritar. Embora desempenhem bem o seu papel, a verdade é que este tipo de gorduras está longe de ser saudável. Se pretende mesmo fazer fritos, **então opte pelo azeite** e acredite que está a fazer uma escolha bem mais saudável*



DESDE TEMPOS IMEMORIAIS

Será certamente difícil apontar a data exacta em que o azeite começou a fazer parte dos nossos cozinhados. Na verdade, este precioso líquido tem vindo a ser utilizado desde tempos imemoriais como ingrediente culinário mas parece agora ter sido “redescoberto”, acabando por se converter num dos pilares fundamentais de uma cozinha que se quer moderna e, acima de tudo, saudável.

Actualmente sabemos que o seu consumo está longe de se confinar apenas às regiões produtoras, espalhando-se já pelas mesas de países tão distantes como o Japão ou a Austrália.

O azeite é composto quase exclusivamente por lípidos [96-99,9%], cuja maior percentagem é constituída por ácidos gordos monoin-saturados, principalmente ácido oleico. Além disso, destaca-se o seu teor em vitamina E, em polifenóis e em outros compostos naturais com grande valor nutricional. Embora com nomes algo complicados, a mistura de todos estes ingredientes ajuda a dar sabor, aroma e cor ao azeite, permitindo-lhe integrar os alimentos, personalizar e identificar um prato.

CADA UM NO SEU LUGAR

Tendo em conta a ampla gama de azeites disponíveis actualmente no mercado, a escolha do tipo de azeite deverá ser feita sempre em função da sua utilização culinária. Com o passar do tempo vamos ganhando prática e uma maior sensibilidade aos diferentes palada-res. Nesse caso, e dependendo de gosto pessoal de cada um, já te-remos aprendido a seleccionar um azeite pelas suas características sensoriais ou pelo seu local de origem. De qualquer forma, é sempre importante ter presente que cada azeite tem as suas características próprias, sem que isto implique que um seja melhor que outro.

O acto de fritar
é uma das características
comuns à zona do Mediterrâneo,
seja ele europeu, asiático ou africano



Ainda assim, sabemos à partida que os azeites ideais para consumir em cru, para temperar e para utilizar em doçaria e sobremesas são os Azeites Virgem Extra.

Já se optarmos por azeites de aroma e sabor mais intenso, então teremos de os trabalhar em conjunto com alimentos também de sabor mais pronunciado. São, por exemplo, óptimos para escabeches, açordas, pratos de bacalhau e caldeiradas, intensificando o sabor dos alimentos.

Para preparar maioneses ou molhos vinagreta, o ideal é utilizar um azeite com um toque frutado mais suave.

Finalmente, sabemos também que o azeite é uma óptima opção para fritar alimentos. Nas condições adequadas de temperatura, este precioso líquido não sofre qualquer alteração substancial na sua estrutura, conservando intactas todas as suas propriedades dietéticas.

FRITAR COM AZEITE

Talvez não saiba mas o acto de fritar é uma das características comuns à zona do Mediterrâneo, seja ele europeu, asiático ou africano.

É também comum às três principais religiões praticadas, a cristã, a muçulmana e a judaica sendo um dos métodos mais antigos na arte de cozinhar os alimentos.

Investigações recentes deram-nos conta que o acto de fritar pode ser benéfico ao organismo, em particular do ponto de vista fisiológico. Por esta razão, estendeu-se a áreas onde anteriormente não seria tão popular.

O facto de a comida frita ser facilmente digerida ou cair pesadamente no estômago tem muito a ver com cada pessoa mas, também aqui, é determinante o tipo de gordura utilizada, a sua temperatura e a forma como a comida foi frita.

A alteração sofrida pelos óleos vegetais, sempre que estes são aquecidos para fritar, é bastante rápida.

Esta alteração acaba por estar também directamente relacionada com a duração do seu aquecimento, o número de vezes que o mesmo óleo é usado, a própria maneira de fritar e o tipo de comida que é frita. Sabia, por exemplo, que se fritar peixe, especialmente gordo ou oleoso, aumenta o conteúdo de ácido polinsaturado do óleo, facilitando a sua decomposição?

TEMPERATURAS IDEAIS

Antes de começar a fritar importa saber qual a temperatura certa para cada género de alimento. Eis algumas indicações:

Temperatura: Média (130-145° C)

Indicada para alimentos com elevado teor de água como vegetais, batatas ou frutas

Temperatura: Quente (155-170° C)

Indicada para fritar alimentos com polme, farinhas, ou pão-ralado, ajudando a formar uma crosta

Temperatura: Muito Quente (175-190° C)

Indicada para fritar alimentos pequenos de rápida fritura como peixe e marisco pequeno ou croquetes

AQUECIMENTO A 210° C

O azeite é o ideal para fritar. Em condições de temperatura adequadas não sofre qualquer modificação estrutural substancial e mantém o seu valor nutritivo melhor do que outros óleos.

Existem estudos realizados com pessoas sãs e também com doentes que apresentam queixas gastroduodenais (normalmente problemas como a gastrite, as úlceras ou queixas do fígado e complicações biliares) onde se demonstra que não há relação entre a comida frita em azeite e esse tipo de doenças.

O ponto máximo de aquecimento do azeite – situado nos 210° C – é substancialmente mais elevado do que a temperatura ideal para fritar os alimentos (que anda na casa dos 180° C). Todas as outras gorduras que atingem o ponto crítico de aquecimento mais baixo decompõem-se e deterioram-se a esta temperatura formando produtos tóxicos.

Mas são ainda outras as vantagens que poderá encontrar sempre que a sua opção recair na utilização do azeite para fritar alimentos. Este líquido cor de ouro forma uma crosta na superfície do alimento, impedindo assim a penetração do azeite no seu interior. Daqui resulta o facto de o alimento conseguir conservar e melhorar o seu próprio sabor. O azeite permite ainda alourar os alimentos e deixá-los mais estaladiços.

SATURAÇÃO DO AZEITE

O azeite que está a utilizar para fritar já atingiu o ponto de saturação e exige uma mudança imediata quando...

... demora demasiado tempo a aquecer e, ao introduzir nele os alimentos, arrefece muito rapidamente;

... ao fritar, produz muita espuma e acaba por transbordar da fritadeira;

... as bolhas do azeite quente não são pequenas, mas sim grandes;

... tem uma cor mais avermelhada do que o azeite ainda fresco;

... se encontra mais espesso.





A comida frita em azeite tem um teor de gordura mais baixo do que a comida frita noutros óleos, tornando o azeite o mais indicado para o controlo de peso

VANTAGENS QUE NÃO ACABAM

Ao fritar com azeite obterá alimentos mais saudáveis e com teores de lípidos mais baixos. A verdade é que a comida frita em azeite tem um teor de gordura mais baixo do que a comida frita noutros óleos, tornando o azeite o mais indicado para o controlo de peso.

Mas as suas vantagens em relação a outros óleos não terminam por aqui. Sabemos, hoje em dia, que o azeite não só pode ser reutilizado mais vezes, como também aumenta o seu volume quando reaquecido, sendo por isso necessária menos quantidade para cozinhar e fritar.

Por outro lado, a capacidade de digestão do azeite aquecido não se modifica mesmo quando é usado várias vezes para fritar. Mas, atenção, não deverá nunca misturar o azeite com outros óleos vegetais e nem com outras gorduras.

A terminar, deixamos-lhe dois conselhos úteis no momento de acender o fogão e iniciar a sua aventura na cozinha: deve ter o azeite quente quando começar as suas frituras uma vez que, se estiver frio, os alimentos podem absorvê-lo; por outro lado, a quantidade de azeite deve ser suficiente para cobrir completamente os alimentos que pretende fritar, evitando que se queimem e fiquem pouco fritos por cima e demasiado fritos por baixo. ■

Beleza à Flor da Pele



MÁSCARA FACIAL DE AZEITE E ANANÁS

INGREDIENTES

- > 4 fatias de ananás
- > 3 colheres de sopa de azeite

O ananás contém uma enzima que ajuda a eliminar as impurezas e as células mortas da pele. Contém também propriedades anti-inflamatórias e adstringentes.

O azeite é uma boa fonte de vitamina que favorece a regeneração da pele. Dê preferência ao azeite virgem extra.

Numa misturadora, coloque 4 fatias de ananás e 3 colheres de sopa de azeite. Misture até obter uma textura cremosa.

Aplique no rosto com as pontas dos dedos e deixe actuar durante 15 minutos.

Depois, retire a máscara do rosto com água morna e seque a pele.

MÁSCARA CAPILAR DE AZEITE

INGREDIENTES

- > 5 colheres de sopa de azeite
- > 2 ovos

Num recipiente, coloque cinco colheres de sopa de azeite, de qualquer variedade, e dois ovos inteiros.

Misture bem e aplique este preparado no couro cabeludo, massajando suavemente. Coloque uma camada no cabelo e deixe repousar para que a máscara penetre bem na pele e no cabelo com a ajuda do calor corporal. Deixe actuar durante meia hora e depois retire, lavando a cabeça com shampoo.

O LAGAREIRO DE VILA BOIM

EM VILA BOIM não é difícil encontrar o Lagar de José Luís Lourenço. Qualquer pessoa que se encontre na rua consegue indicar a sua morada logo à entrada da povoação. Há quatro anos, o azeite Lourenço passou a fazer parte do dia-a-dia daquelas gentes. Mas a ligação de José Luís com este precioso líquido começou muito anos antes: “Tinha 13 anos quando comecei a fazer campanhas em lagares tradicionais de prensa”, recorda.

Aos 21 afastou-se do azeite, mas “o bichinho ficou” e decidiu trabalhar no pequeno olival do pai. Desde aí, nunca mais se distanciou das azeitonas. Contrariando todas as vozes que censuravam a apanha mecânica da azeitona, apostou nas máquinas e começou a arrendar olivais na região. “Hoje tenho 74 parcelas à renda, no total de 115 hectares, muitas das quais com oliveiras com mais de 40 ou 50 anos, todas elas com azeitona galega”, conta.

Ter um lagar foi sempre o seu grande sonho, mas nunca pensou concretizá-lo.

A oportunidade surgiu há quatro anos e agarrou-a com “unhas e dentes”. Hoje, produz sete toneladas de azeite 100% de azeitona galega e, sem intermediários, tem conseguido escoar todo o produto para a restauração, pequeno comércio e consumidor final. “O contacto directo com quem compra o meu azeite é muito importante. Só assim se pode explicar a importância desta gordura sã.»

Investir mais na exportação é o próximo passo. Até agora, apenas exporta para a Suíça. No entanto, a introdução do azeite Lourenço no Luxemburgo, Brasil e Grã-Bretanha está nos seus planos, tal como arrendar mais olivais. “Tenho capacidade para apanhar mais azeitona e fazer mais azeite... pena que as pessoas prefiram ter os campos abandonados a arrendá-los”, remata com alguma tristeza nos olhos, que brilham sempre que o azeite vem à tona.

José Luís Lourenço

Profissão: Lagareiro

Idade: 47 anos

VITOR
SOBRAL



land



Apartado 25, 2776-901 Carcavelos
Tel. 214 460 600
Fax. 214 460 609
geral@vitorsobral.com
www.vitorsobral.com

FORMAÇÃO
CATERING
CURSOS DE COZINHA
CONSULTORIA À INDÚSTRIA
ALIMENTAR E RESTAURAÇÃO

Os sabores do saber



GALLO

A cantar desde 1919

Que sabor tem o saber?
A que sabem anos e anos
a aperfeiçoar gestos,
a apurar sentidos?
Mais do que escrita, mais
do que dita, a resposta tem
de ser sentida, com todos
os sentidos. Quem
saboreia o Azeite Novo,
o Azeite Grande Escolha
ou o Azeite Colheita Tardia
Delicado, sabe que é assim.
Sabe que o sabor de um
azeite virgem extra no
momento certo, no sítio
certo, com a companhia
certa, ainda está à espera do
adjectivo certo. Na falta
de melhor, chamemo-lo
apenas sublime.

