

# PESSOAS e LUGARES

Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader +

Directora: Cristina Cavaco

[www.leader.pt](http://www.leader.pt)

II Série | Nº 40 - 2006

Em Destaque

## Redes de escoamento de produtos

Paizagem do Douro Superior / [www.edouro.com](http://www.edouro.com)



Douro Superior  
**Douro Superior**

**P 4 e 5** Entrevista a Carlos Guerra

**P 3** Ser competitivo, de Tito Rosa

**P 12** Fim-de-semana no Douro Superior

**P 20** Negrinha de Freixo

# “produzir todos sabemos; comercializar o que produzimos é mais difícil”

Esta é uma lamentação que usualmente ouvimos nos territórios agro-rurais, veiculado pelos agricultores ou outros agentes que aí operam; mais enfatizada por aqueles que foram ultrapassados pela actualidade, não souberam ou não foram capazes de interpretar a realidade, mas também por muitos daqueles em quem as mudanças deixaram marcas, apesar dos seus esforços em contrariar um movimento global que exige mais articulação, mais trabalho em rede e em cooperação.

A pertinência deste assunto, salientada pela escolha do tema proposto pela Douro Superior - Associação de Desenvolvimento para aprofundamento no *Pessoas e Lugares*, implica alguma reflexão sobre o mesmo, aspecto que o Conselho Editorial considerou fundamental para esta edição. As zonas rurais produzem, hoje, um conjunto de bens e serviços de grande qualidade, que satisfazem os padrões standard e que têm associados duas particularidades indeléveis e diferenciadoras: uma cultura e um território. Este é um valor acrescentado que o mercado cada vez valoriza e que os consumidores estão dispostos a pagar de forma diferenciada. O desafio está nas mãos de quem produz e de quem gere os territórios. Não é mais possível ficar à espera que alguém nos venha comprar o que temos para vender.

As novas formas de organização, das sociedades e dos processos de comércio, exigem outras formas de organização de quem produz, novas estratégias de comunicação e maior pró-actividade para vender. As novas estruturas, espaços e processos de comercialização têm de ser chamados à parceria-produção-comercialização e devem ser vistos como respostas inovadoras e não como inimigos.

Os mercados de proximidade de produtos qualificados das regiões, as redes de comercialização, o marketing, a entrega ao domicílio e muitas outras práticas são novas metodologias e abordagens operacionalizadas para a comercialização dos produtos agro-rurais.

As zonas rurais oferecem, actualmente, “pacotes” de produtos e serviços combinados entre si, que são apelativos e bastante competitivos. Competitivos numa visão actual, porque sustentáveis, económica, social e ecológica. Apelativos porque se identificam com interesses particulares de grupos de pessoas que optam por novos produtos que conciliam qualidade com inovação.

Tal como o cimento agrega e dá consistência aos elementos que compõem uma casa, assim os GAL (Grupos de Acção Local) têm vindo a desenvolver estratégias de desenvolvimento de redes, no sentido de abrir novos campos de trabalho, a nível nacional e/ou internacional, que possibilitem a valorização dos produtos locais e a consequente abertura de novos mercados. Alguns destes testemunhos, que podem ser lidos nesta edição do *Pessoas e Lugares*, dedicada ao tema das Redes de escoamento de produtos nos territórios rurais, salientam a indispensabilidade do funcionamento em rede e em parceria, por parte dos produtores e agricultores, para promoverem e comercializarem os seus produtos. No contexto do programa LEADER+, sendo inegável o seu contributo para a valorização dos produtos locais, torna-se indispensável prosseguir e consolidar o caminho da eco-sustentabilidade e competitividade, qualidade e inovação, cujas repercussões são significativas para o desenvolvimento das zonas rurais, como todos sabemos. Este número, com os artigos excelentes dos nossos colaboradores, pretende ser mais um contributo nesse sentido.

**José António Canha**  
Gestor do Programa LEADER+ (IDRHa)



## Pedido de envio do Jornal Pessoas e Lugares

Nome:

Organização:

Função:

Morada:

Código postal:

Telefone:  Fax:

E-mail:

Comentários:

Recorte ou fotocopie, e envie para: IDRHa, Rede Portuguesa LEADER+ Av. Defensores de Chaves, n.º 6 - 1049-063 Lisboa

O **Pessoas e Lugares** - Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+ tem por objectivos:

- divulgar e promover o LEADER+;
- reforçar uma imagem positiva do mundo rural.

O **Pessoas e Lugares** tem uma periodicidade mensal e a sua distribuição é gratuita.

Se pretender receber o jornal **Pessoas e Lugares** preencha, por favor, o formulário anexo (recorte ou fotocopie) e envie para:

IDRHa  
Rede Portuguesa LEADER+  
Av. Defensores de Chaves, n.º 6  
1049-063 Lisboa

Tel.: 21 3184419  
Fax: 21 3577380

Ou aceda ao site da Rede Portuguesa LEADER+ [www.leader.pt](http://www.leader.pt) e preencha, por favor, *on line* o formulário disponível no *link* **Pessoas e Lugares**.

No caso de desejar receber mais do que um exemplar de determinado número do jornal **Pessoas e Lugares**, para distribuir num evento, por exemplo, pedimos o favor de fazer chegar essa informação ao IDRHa com a devida antecedência. Obrigado.

# Ser competitivo

Embora nos esqueçamos que o Mundo é sempre maior do que aquele em que pensamos (há ainda nele muitos que a quase nada têm acesso, nem aos mais elementares meios de sobrevivência física), um dos problemas centrais que se coloca a quem produz e que não assegura os seus rendimentos através de meios assistenciais públicos, é saber como valorizar gerando rendimento sustentado (porque se vende quando os outros não vendem, ou porque se vende bem quando os outros vendem menos bem) no meio da “crise” de abundância em que se transformaram muitos dos mercados dos nossos dias. E sabendo que o sucesso de quem produz pode também ser o sucesso de onde se produz, eis que temos centrado parte importante da questão da competitividade dos territórios rurais.

A competitividade é um conceito, como todos de resto, muito relativo. Não pode ser utilizado, perfidamente, como se apenas nos tivéssemos a referir aos “grandes” e “ricos” nem deve ser álibi para que não se concebam, “arrisquem” e apliquem métodos que tornem competitivos todos aqueles que pensam (interiorizam) que o não são e, por isso, a outros recursos, com menores exigências, reclamam acesso.

Ser competitivo em produtos (e serviços) “tradicionais” significa, desde logo, assumir que o que se produz é de qualidade e, como tal, tem atributos para poder ser escolhido entre outros; depois que a qualidade tem associado um investimento complementar, físico ou imaterial, pelo que deve ser remunerada de forma a permitir o retorno do investimento efectuado. Tal desiderato pressupõe, assim, que se saiba chegar ao mercado natural de produtos de menor oferta mas mais alta performance qualitativa, logo, esperam-se, preços mais qualificados.

Os produtos “standardizados” (não significa que não tenham nem qualidade nem condições de segurança e identidade própria) são, por norma, produtos massificados, ganhando na escala de produção e distribuição as margens do negócio. Têm, por essa razão, de ser acessíveis, às camadas médias e sub-médias da população, o que pressupõe preços também mais acessíveis.

Os produtos “tradicionais” oriundos de um mundo rural que preserva matérias-primas, culturas e processos, e que produz “ao ritmo da natureza”, para além do próprio autoconsumo pelos seus “artesãos”, destinam-se a uma procura de menor dimensão, mais disposta a pagar serviço e cultura para além do produto, mais atenta ao gosto e à diferença. Todavia, a maior disponibilidade para pagar a rarefacção da oferta ou os custos suplementares do processo de fabrico, essa procura exige também muito mais: exige conhecer, exige comodidade, exige organização, exige personalização. Assim se estabelece o paradoxo da competitividade deste tipo de produtos: a associação entre a “tradição” de fazer com a “modernidade” de vender.

## Recomenda-se a criação de redes de unidades empresariais

A abordagem ao mercado deste tipo de produtos deverá, assim, ser entendida à luz da aparente contradição referida, o que coloca os seguintes problemas: um problema de atracção da procura, dando a conhecer os produtos e estimulando o seu consumo, designadamente pela sua associação ao consumo de outros bens e serviços de natureza cultural, territorial, natural; um problema de serviço, porque para além do produto propriamente dito é exigida toda uma série de requisitos como o *timing* de fornecimento, a informação e comunicação sobre os produtos, a garantia de idoneidade, a disponibilidade de atendimento; um problema de logística para garantir a preservação da qualidade, a rapidez de acesso, a comodidade de compra.

Estes problemas identificados apenas conseguem ser suficientemente solucionados através de níveis de dimensão e de organização exigentes em termos de custos de estrutura e de gestão que não são, salvo casos específicos, suficientemente compatíveis com a dimensão da oferta e a natureza dos produtores.

Assim, torna-se necessário, mais do que em qualquer outra área de actividade, fomentar a cooperação inter-empresarial, estabelecendo sinergias e consequente aumento de eficácia e melhoria da eficiência pela diminuição dos custos. Estas sinergias podem ser alcançadas na adopção de



Galeria do Mundo Rural (Tomar) / João Lima

modelos de negócio que privilegiam a profissionalização a jusante, ou seja, a separação entre as empresas produtivas, fornecedoras dos produtos, e a função comercial e de marketing.

Recomenda-se vivamente a criação de redes de unidades empresariais ligadas entre si por elos de cooperação em matéria de mercados, promoção, vigilância da qualidade, assistência na gestão, formação qualificadora, funções que serão animadas e desenvolvidas por uma empresa na área comercial, com função igualmente de liderança do processo de oferta no mercado, com as características exactas por este exigidas e com níveis de custos (de investimento e de gestão) que possibilitem a competitividade. A profissionalização destas redes, a sua especialização e liderança, que nelas deve assumir a “empresa-mercado”, são igualmente importantes para a obtenção e gestão de apoios e projectos na área do marketing colectivo e/ou na participação de operações no exterior, quiçá mesmo alguma internacionalização. São igualmente importantes na pesquisa e negociação de soluções financeiras que possibilitem ganhar escala e fôlego para actuar em mercados de procura exigente.

Pela primeira vez, um programa de apoio ao desenvolvimento rural, o próximo, vai dedicar especial atenção ao desenho e construção de medidas de apoio no acesso aos mercados, não tanto como até aqui, dando resposta à grande variedade de propostas, quase sempre isoladas e sem estratégia, muito assentes em operações de comunicação que depressa se mostraram insustentáveis e ineficientes do ponto de vista de gerarem receitas e acréscimos de vendas e de valor acrescentado significativas, mas centralizando-se em operações que conduzam à cooperação, ganhos de escala e avaliação de resultados.

É um desafio que será lançado a todos os actores que nos chamados territórios rurais procuram dar sustentabilidade ao desenvolvimento, objectivo que só será alcançado se, nas mais diferentes formas e naturezas, neles existirem e vencerem empresas com resultados.

**Tito Rosa**  
Gestor do Programa AGRO

Entrevista a Carlos Guerra

# “É altura de sermos arrojados”

**“Transmontano por adopção”, Carlos Guerra reconhece que Bragança foi a última capital de distrito que conheceu. Arquitecto de formação, com uma pós-graduação em Planeamento Regional, é o actual director da DRATM. Antes disso, foi director do Parque Natural de Montesinho, presidente do Instituto de Conservação da Natureza e consultor no sector privado.**

## **Os produtos locais contribuem para o crescimento económico das regiões. Qual tem sido a aposta da Direcção Regional de Agricultura de Trás-os-Montes (DRATM) para a região?**

O projecto dos produtos de qualidade foi fortemente abraçado pela DRATM, de tal forma que, em muito pouco tempo, Trás-os-Montes assumiu-se como a região do país com mais produtos diferenciados. Gradualmente, as pessoas começaram a descobrir que os produtos tradicionais eram, afinal, produtos de altíssima qualidade. Hoje, há uma quantidade imensa de produtos de alta qualidade que saem daqui. Primeiro, o vinho do Porto, depois a alheira de Mirandela, e outros enchidos, o azeite, a amêndoa e a castanha. Estamos perante um nicho de mercado e uma oportunidade de negócio extremamente significativa. O próximo quadro comunitário de apoio vai abrir uma janela de oportunidade tremenda que é a capacidade de colocarmos no mercado estes produtos.

## **Ainda que de qualidade, estes produtos encontram dificuldades em entrar no mercado?**

Ponto assente é a elevadíssima qualidade dos produtos, um pouco por todo o país. Sabemos produzi-los mas temos ainda alguma dificuldade na sua transformação e comercialização. Todos conhecemos os banquinhos de três pés que há nas nossas lareiras. Temos aqui os três pés: produção, transformação e comercialização. Quando um está em falta o banco não se equilibra. Neste momento, tentamos equilibrar-nos num só pé que é a produção. Há aqui um défice tremendo na capacidade de transformação e de colocação do produto no mercado. Se os agricultores estiverem organizados conseguem introduzir algum valor para a transformação e, assim, ganhar também na comercialização. Penso que tem havido uma boa recepção a esta mensagem. Por exemplo, no sector da amêndoa, que era completamente dominado pelos intermediários, temos, neste momento, cinco organizações de produtores razoavelmente satisfeitas porque estão a vender, ficando a mais-valia no produtor.

## **A organização dos pequenos produtores facilita a capacidade de colocação do produto no mercado. A criação de marcas regionais também pode ajudar?**

A união faz a força. É esta a ideia que temos tentado passar. Claramente, os nossos agricultores têm de se organizar. É um primeiro passo para o sucesso. O segundo passo é como se vende. A grande dispersão das marcas é um óbice à fidelização dos clientes. É fundamental manter a diferenciação qualitativa, mas também é muito importante estabelecer uma marca-chapéu, como “Douro”. Posso ter o meu vinho mas é do “Douro”. As pessoas localizam imediatamente. Depois, há outro nome que vende muitíssimo bem: “Trás-os-Montes”. As pessoas conseguem saber o que é Trás-os-Montes, mas dificilmente identificarão com tanta facilidade se o produto é de Alfândega da Fé, Carrazeda de Ansiães ou Valpaços. Em termos de promoção e marketing torna-se muito mais acessível e compensador divulgar à escala de Trás-os-Montes. É mais fácil, e beneficia de mais-valias de promoção do turismo.

## **A certificação através das DOP (Denominação de Origem Protegida) ou IGP (Indicação Geográfica Protegida), por exemplo, pode contribuir para promover a distribuição dos produtos?**

Certamente. Os produtos de qualidade são, normalmente, solicitados por consumidores exigentes que gostam de saber o que estão a comprar. Agora, não podemos cair no excesso de designações e, sobretudo, temos de ter a capacidade de interpretar todas estas classificações qualitativas e identificativas da origem e qualidade, e de as adaptar ao mercado. Eu entendo que todos estes processos de identificação e caracterização de um produto têm de ser forçosamente adaptados às mudanças do mercado.

## **Na sua opinião, a dificuldade de identificação de designações pode contribuir para a criação de públicos restritos?**

Todas estas designações, neste momento, são muito vagas e mesmo os consumidores exigentes, provavelmente não entendem metade do que lá está. Criar um processo de simplificação era muito importante. Por exemplo, acho que se deu um passo muito significativo na rotulagem dos vinhos. Gradualmente, associou-se à noção de qualidade a questão das castas. Os consumidores mais exigentes querem saber quais são as castas que entram na composição de um vinho. Em conjunto com a descrição do sabor e aroma, são quase, por si só, garantia de qualidade. A outra informação pode vir na caixa. Acho que é fundamental que se mantenha toda a informação.

## **A crescente profissionalização do sector dos vinhos tem criado novas oportunidades profissionais?**

Sim. Quando as cooperativas perceberam que tinham de ter os enólogos houve um investimento sério em profissionais. Temos de saber produzir, transformar e comercializar, e perceber que o grande potencial de atracção para gente mais jovem, neste sector, não é só porque vão guiar o tractor. Tudo aquilo que está a jusante da produção pode criar oportunidades de trabalho. Temos de criar oportunidades para além da produção; claramente, ao nível da transformação e comercialização. E para isso, precisamos de profissionalizar a capacidade de intervenção. A nossa produção melhorou significativamente pela quantidade de quadros formados que entraram no processo produtivo. No entanto, temos que saber adaptar os produtos aos desejos do mercado e não pensar que o mercado vai render-se ao nosso produto. Neste momento, quer ao nível do vinho, azeite, castanha ou amêndoa, temos de ser muito mais competitivos. Temos uma grande vantagem sobre os povos de países mais jovens, que é a tradição. É mais difícil associar a tradição a um vinho australiano...

## **A criação de espaços de promoção e comercialização em meio urbano pode representar a estratégia adequada ao escoamento destes produtos?**

Em termos de estratégia nacional, percebemos que é extremamente importante apoiar esse tipo de projectos. Mas não é o Estado que o deve fazer. Pode apoiá-los, se for demonstrada a sua viabilidade e sustentabilidade. Porém, cada produtor, cada associação, entende que o seu produto é único. Há muito pouco diálogo. Há uma cultura de individualismo que é extremamente negativa. Neste momento, também é preciso criar alguma escala na qualidade, até para reduzir custos. Devemos individualizar os produtos, não as iniciativas.

## **Os produtos ganham em ser vendidos em espaços específicos em vez das grandes superfícies?**

Há determinados produtos que têm constrangimentos quantitativos de produção. A qualidade é assegurada mas não é possível haver mais. São produtos de reduzida produção. Também é necessário estabelecer critérios de comercialização. Alguns são claramente produtos de “boutique”. Não são produtos de grande superfície. Veja-se o caso da carne de vaca da raça mirandesa, que toda a gente reconhece a belíssima qualidade. A carne mirandesa não tem de competir na mesma prateleira da carne industrializada.

“Tudo aquilo que está a jusante da produção pode criar oportunidades de trabalho”



Paula Matos dos Santos

“É preciso saber comunicar a qualidade do produto”

#### **E quanto ao comércio electrónico?**

Depende dos produtos. O comércio electrónico, como eu o entendo, tem um grande constrangimento: a rede de distribuição. O que é que interessa ter uma celeridade de negócio muito grande, se a rede de distribuição não acompanha? Ou o comércio electrónico está sedimentado numa fortíssima e competéntíssima rede de distribuição ou é como naquelas viagens em que se demora mais tempo no aeroporto do que em voo. Já houve algumas experiências, mas penso que há coisas a afinar...

#### **Os emergentes hábitos de consumo diferenciado (ético, comércio justo, “bio”), alertam para o papel do consumidor. Neste momento, o que é mais importante: ensinar os produtores a comercializar ou apostar na promoção junto do público?**

Os dois. Só que, neste momento, quem paga está em vantagem, porque tem maior capacidade de decisão. Temos que fazer a promoção da qualidade de um produto, junto do consumidor. Quem dá cartas nisso são os americanos. Nos EUA, cada produto tem quase o seu lóbi de promoção. Se recuarmos no tempo, o vinho em Portugal era o vinho do Dão. O que eram os vinhos do Douro e do Alentejo? Não existiam, não tinham potencial comercial. No Douro produzia-se vinho do Porto. Gradualmente, a clientela cria-se por habitação e por fenómenos culturais e de moda. O vinho certamente que melhorou imenso, mas também surgiu o marketing. Uma técnica que não é para ser deixada a amadores. É preciso saber comunicar a qualidade do produto. Ou seja, pegar nos produtos, promovê-los e colocá-los nos mercados certos. Toda esta cadeia constitui o sucesso, ou não, da produção agrícola nacional. Se não penetrarmos nesta lógica, o que vai acontecer é perdermos variedades dos nossos produtos agrícolas.

#### **Quem é que tem essa responsabilidade? O produtor ou as entidades criadas para esse efeito?**

A DRATM tem uma responsabilidade muito grande de apoiar este tipo de iniciativas de inovação, modernização, pesquisa, e recuperação de memória, mas também ajudar a construir projectos viáveis e sustentáveis. Nos pólos tecnológicos vai fazer-se essa investigação. Aí, temos de apoiar os agricultores, porque se vai ganhar competitividade. Talvez, até só vá dar um produto em cada dez testados, mas identifica-se um produto. Depois, qual é o mercado para este produto? Qual é o seu público-alvo? Entra aqui o marketing. Quando vieram para cá as legiões romanas, Viriato nunca as combateu em terreno aberto. Perdia. Conseguiu ganhar durante muito tempo porque não combatia no campo deles. Os produtores de laranja de Trás-os-Montes não têm de competir com a laranja de importação ou a do Algarve, no supermercado, mas apostar na sua transformação num produto de qualidade. É para isso que nós cá estamos, para apoiar. Esse é o nosso papel. Não podemos ter atitudes paternalistas mas de parceria para a identificação dos produtos e mercados.

#### **Todo este processo tem decorrido de forma muito lenta. Podia ter-se feito mais?**

Muito mais. Provavelmente, fizemos durante muitos anos apostas erradas. O que é legítimo. O próximo quadro comunitário é uma oportunidade para reflectirmos no que falhou e tentarmos corrigir. Temos uma grande vantagem. Fez-se um pouco dessa reflexão e estabeleceram-se um plano com sectores estratégicos, em que a comercialização, a capacidade de modernização e a competitividade, eram os sectores fundamentais de introdução, e estabeleceu-se critérios rígidos para acabar com o desperdício. Também não vale a pena dizermos que esteve tudo mal. Houve muitas coisas que estiveram muito mal, mas já temos a aprendizagem suficiente. Quem é que tem de introduzir isso? Os responsáveis pela gestão do programa LEADER, por exemplo. Estas entidades têm a obrigação de criar programas de modernidade, identificando os sectores que são fundamentais dentro das suas áreas de intervenção. O desenvolvimento local faz-se não por criação de infra-estruturas mas pela criação de oportunidades. Isso é que é importante. É um papel que está, neste quadro, reservado aos Grupos de Acção Local [entidades gestoras do programa LEADER+]. O programa LEADER tem, claramente, que ser um promotor de oportunidades. Não tanto ao nível do produtor individual, mas ao nível dos sectores. É estratégico na sua área de intervenção, e penso que é altura de sermos arrojados, inovadores, e pensarmos que o Mundo não se esgota na fórmula já encontrada.

#### **A DRATM é parceira do pólo tecnológico em Mirandela. De que forma este projecto vai contribuir para esse trabalho de investigação em torno dos produtos?**

Exactamente. Por exemplo, sabemos que a couve penca é fabulosa. É uma couve enorme, extremamente nutritiva, que todos os transmontanos conhecem, e que faz parte da nossa gastronomia. Sabemos que tem inúmeras propriedades, mas ainda não sabemos exactamente quais. Ou seja, temos apenas um conhecimento empírico. O que precisamos de saber é o valor como alimento funcional desta couve. Como é que vamos saber isso? Investigando... É um exemplo. Será que o azeite produzido aqui em Trás-os-Montes tem vantagens competitivas sobre o azeite produzido na Califórnia? Eu suspeito que sim, mas isso também pode ser porque eu sou transmontano. Nós temos que saber quais são essas vantagens (que passam pelo sabor, acidez, e todos os nutrientes) e a sua importância para a nossa saúde.

#### **Acredita que no próximo quadro comunitário, vamos conseguir responder aos desafios?**

Tenho a certeza. É claramente uma belíssima oportunidade para darmos um salto qualitativo muito interessante. Aqui, em Trás-os-Montes, com o dinamismo que as pessoas têm mostrado, é sintomático. Fazemos aqui uma comparação: há sete pessoas em Entre-Douro-e-Minho para cada uma em Trás-os-Montes. A diferença é de três milhões e 400 mil para 440 mil, mas há 70 mil explorações deste lado e 60 mil do outro. Os transmontanos, associados a uma região pobre e deprimida, são responsáveis por 22 por cento das candidaturas a programas. É a região do país com maior número de candidaturas. Penso que não é preciso mais nenhum exemplo do dinamismo que o sector agrícola tem nesta região. Por isso, a forma como está desenhado o próximo plano de desenvolvimento rural vai ter uma receptividade muitíssimo grande por parte dos transmontanos. Não tenho dúvidas disso!

Entrevista de João Limão e Paula Matos dos Santos

# A excelência dos produtos do Douro Superior

Da região genericamente denominada Douro Superior, que engloba os concelhos de Freixo de Espada à Cinta, Mogadouro, Torre de Moncorvo e Vila Nova de Foz Côa, não podemos dizer que é apenas um território onde se entrelaçam dois Patrimónios Mundiais (“Alto Douro Vinhateiro” e “Sítios Arqueológicos do Vale do Côa”) e um parque natural (Parque Natural do Douro Internacional). Nas suas urgentes (porque necessárias e obrigatórias) descrições da região, poetizava Miguel Torga, epicamente: “É a única evidência incomensurável com que podemos assombrar o mundo”.

E é bem verdade que em nenhuma outra parte desse mundo encontramos estes inúmeros e laboriosos socalcos xistosos, demonstração do gigantesco esforço humano na transformação e humanização da paisagem. Em nenhum outro lugar, descobrimos um rio tão brutal, cuja rudeza e violência (actualmente domado pelas barragens), apresenta ao longo do seu curso, paisagens tão avassaladoras como magníficas, tais como as espreitadas, a medo, nos miradouros do Penedo Durão, do Carrascalinho ou de S. Martinho...

Nestes ou noutros pontos de observação, a visão destas arribas mostra um Douro que abriu passagem, pondo à vista penhascos e fragas, que nos acompanham para sempre.

Paralelamente ao rio, a viagem de comboio é bela e terrífica; causa sempre arrepio olhar o rio tão próximo e aquelas rochas trepando acima de nós. Mas também é uma viagem inesquecível que esperamos os poderes superiores não se lembrem de banir, em nome do economicismo.

Historicamente, após a primeira grande vaga de emigração, nos anos 60 e 70, surgiu a mais recente debandada, desta vez em direcção ao duvidoso *el dorado* do litoral do país. Foram aquelas sangrias populacionais que esvaziaram perigosamente a capacidade produtiva e as próprias essências da sociedade da região. A agricultura, base da produção económica regional, entrou em crise por falta de mão-de-obra, envelhecimento, morte ou abandono por parte dos proprietários e desinteresse das gerações seguintes.

Por outro lado, a viagem desse litoral até estas paragens do Douro Superior, pode parecer algo longa e cansativa, não havendo ainda resposta pronta, nem seja fácil encontrar o que de melhor a região tem para oferecer. Não é o brilho colorido marítimo do Algarve, nem tem o marketing e o *chic* da Serra de Estrela. No entanto, esta região, que tanto prezamos, que até nos damos ao luxo (trabalho) e prazer de nela vivermos, tem, obviamente, um outro reverso íntimo e docemente apelativo que relembra tempos antigos, odores, locais, sabores e paladares, recantos e paisagens à espera de serem devidamente vividos por quem quiser. Aproveitando todos estes factores endógenos, e tentando partir do que mais valioso existe, tem vindo a desenvolver-se uma dinâmica dentro da qual a Douro Superior - Associação de De-

seenvolvimento tem marcado presença efectiva, de forma a travar e inverter o declínio progressivo a que temos vindo a assistir.

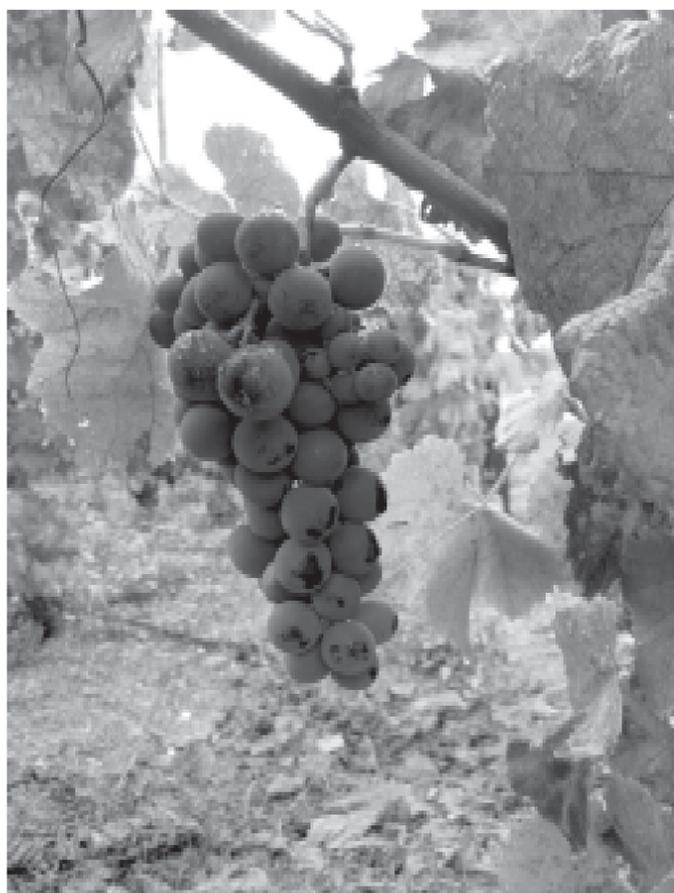
Com base nas sinergias criadas pela interacção das quatro autarquias e da sua capacidade de influência e pressão, em conjunto com as variadas associações, cooperativas e agentes sociais, consubstanciadas na Douro Superior, tem sido possível, com os programas LEADER II e LEADER+, avançar conjuntamente, apoiando projectos, organizando e dando forma a candidaturas, promovendo eventos onde a imagem da região é valorizada e divulgada.

O Douro Superior vale e valerá cada vez mais pela excelência dos seus produtos, aqueles produtos regionais verdadeiramente tradicionais – o “bom sabor dos velhos tempos”, como a mais-valia real.

Na área dos produtos agro-alimentares onde, para além dos tão habitualmente publicitados vinha e vinho, que a Douro Superior tem apoiado através das cooperativas e adegas (exemplo da Adega Cooperativa de Viticultores e Olivicultores de Freixo de Numão), encontramos o redescobrir da amêndoa. Segundo dados da Cômendoa - Cooperativa Agrícola de Produtores de Frutos de Casca Rija, de Freixo de Numão, cerca de 40 mil amendoeirais terão sido arrancadas nos últimos 15 anos. Muito embora sempre tivesse um destaque muito tradicional na época da sua floração, com festividades e fluxo de turistas nessa temporada, nos doces regionais com base na amêndoa, e ainda na própria amêndoa coberta de açúcar, característica de Moncorvo, a verdade é que esta cultura caminhava a passos largos para a extinção. Esta “redescoberta”, uma espécie de renascimento cultural em volta da amendoeira, tem sido acarinhada e apoiada pela nossa actividade associativa, na medida em que também tem participado na organização da “Festa da Amendoeira em Flor”.

Outras festividades têm sido igualmente apoiadas por nós, como a Feira dos Gorazes, em Mogadouro, entre outras, onde os nossos associados se encontram presentes.

Efectivou-se ainda o apoio a actividades antigas e artesanais, como o fabrico da seda e de produtos confeccionados com ela, em Freixo de



Paula Matos dos Santos



Paula Matos dos Santos

Espada à Cinta, e a recuperação de profissões consideradas em extinção, que a Associação Cultural e Recreativa de Soutelo, em Mogadouro, tem levado a cabo, complementadas com intervenções de cariz diferenciado, como as realizadas com os “Centros Rurais”, através da requalificação dos centros antigos de aglomerados rurais (reabilitação arquitectónica ao nível dos espaços públicos e edifícios).

Em Torre de Moncorvo a ANCOTEC - Associação Nacional de Criadores de Ovinos de Raça Churra da Terra Quente, protege a ovelha de raça Churra, o leite e derivados, a lã, e ainda o queijo “Terrincho” que já alcançou a qualificação DOP (Denominação de Origem Protegida).

Continuando na senda dos sabores, outros produtos com grande tradição alimentar, a azeitona e o seu elaborado azeite, têm igualmente vindo a subir a sua cotação, pelo seu valor alimentar e qualidades dietéticas, deneigradas e rebaixadas durante anos. Foi com atenção que apoiámos, por exemplo, a criação do lagar de azeite de Freixo de Numão, com produção biológica, e que conta já com azeites premiados internacionalmente, e a Cooperativa Coopafreixo, em Freixo de Espada à Cinta, onde se enveredou por outro tipo de tratamento da azeitona, como a “Negrinha”, uma azeitona de conserva que obteve a classificação DOP.

Estes são alguns exemplos, entre muitos, que lamentamos não abordar, dada a escassez de espaço. É, acima de tudo, importante afirmar a certeza de que é através da rigorosa qualificação destes e de outros produtos tradicionais que a região poderá ter um desenvolvimento sustentado (chavão já muito batido, mas real), no sentido da melhoria da qualidade de vida das populações de hoje e, se assim o quisermos e fizermos, do futuro.



Paula Marcos dos Santos

A palavra “desertificação”, bem como “depressão”, ficaram para o fim, pois é o lugar que elas merecem. Não temos o mínimo sentimento de estima por nenhuma delas (palavras tão frequentemente aplicadas sobre a nossa região!).

Porque o tempo não volta atrás, temos a plena certeza, e é esse o sentido e direcção que apontamos, que o futuro desta região está numa indústria turística controlada, de grande qualidade, apostada e apoiada nos produtos regionais e tradicionais.

É através de um *cluster* ou nicho de turismo no espaço rural, em todas as suas modalidades, que terá sem dúvida um papel essencial na revitalização económica das zonas rurais como estas, e a introdução de elementos diferenciadores da oferta do turismo, inclusivamente do turismo residencial. É óbvio que isto implica acções fortemente direccionadas para a área fluvial, como cais de atracagem, fluvinas, armazéns de acomodação de embarcações, postos de abastecimento de combustível para barcos, praias fluviais com enquadramento de apoio, uma vez estarmos na presença de um elemento importante de comunicação, como o rio Douro. Estas opções implicam especialmente a cuidadosa recuperação de casas antigas, sejam solares ou outras construções de interesse, com o devido acompanhamento arquitectónico, de modo a evitar o infelizmente habitual desfile de “mamarrachos” construtivos que povoam tristemente a nossa paisagem (classificada como Património Mundial da Humanidade!). Só assim será possível seduzir e atrair uma população turística qualificada que sinta o desejo de voltar, ou mesmo fixar-se.

É com um saber-fazer (o da boa tradição e da excelência do conhecimento), como o saber receber, nesses espaços requalificados, que será igualmente possível criar novos empregos e fixar populações.

É igualmente na reabilitação de espaços públicos, locais de culto e de interesse arqueológico, paisagístico ou ambiental, que a Douro Superior, com o suporte dos programas LEADER II, LEADER+ e Agris, tem concretizado projectos muito significativos. Promovemos igualmente a reabilitação e requalificação de uma rede de miradouros que hoje são, também, uma imagem de marca da região. Núcleos arqueológicos, como o do Prazo, em Freixo de Numão, ou, numa outra escala, as gravuras do Côa, podem e devem ser dinamizados, dada a sua qualidade e excelência como exemplos únicos.

A palavra “desertificação”, bem como “depressão”, ficaram para o fim, pois é o lugar que elas merecem. Não temos o mínimo sentimento de estima por nenhuma delas (palavras tão frequentemente aplicadas sobre a nossa região), e continuamos a pensar que podemos e devemos inverter o processo que permite a sua existência como realidade que as mantém vivas, e ajudar a empurrar este desígnio do desenvolvimento e da melhoria na qualidade de vida.

Continuamos a pensar que somos, cada vez mais, dentro de toda esta inevitável uniformização globalizante, um dos melhores veículos que nos vai permitir tirar partido de todas as qualidades endógenas que possuímos, de as mostrar e valorizar, permitindo-nos “viver” com qualidade, por estas magníficas paragens.

**Carlos Miguel Feijão**

Douro Superior - Associação de Desenvolvimento

PROVE - Promover e Vender

# Nova estratégia de promoção e venda



“Chegam da horta ainda com gotas de orvalho, couve, repolho, alface, tomate, cenouras e muitos outros. São criados com a mestria de quem sabe que a natureza é pura e saudável.”

O projecto PROVE - Promover e Vender surge, no âmbito da Iniciativa Comunitária EQUAL, de um conjunto de várias entidades parceiras públicas e privadas, que se associaram a um pequeno grupo de produtores dos concelhos de Palmela e Sesimbra, para melhorar o escoamento das suas produções.

Todas as semanas o consumidor tem a possibilidade de experimentar um conjunto de produtos variados, através da aquisição de cabazes de frutas e legumes seleccionados e de qualidade.

O processo é extremamente fácil, através de uma folha de encomenda preenchida directamente no site [www.prove.com.pt](http://www.prove.com.pt), o consumidor faz a sua inscrição escolhendo o local de entrega que mais lhe convém e os produtos que nunca deseja receber, ou seja, aquilo de que realmente não gosta. As inscrições são efectuadas até quarta-feira, permitindo aos produtores terem o tempo necessário para preparar os cabazes para a sexta-feira a seguir. Cada cabaz é constituído com produtos de vários produtores; em Palmela são cinco e em Sesimbra três.

No dia da entrega cada cabaz está devidamente identificado e personalizado com os produtos seleccionados especialmente para aquele consumidor. O pagamento do cabaz é feito directamente ao produtor que posteriormente reparte a receita da semana com os restantes.

O grande desafio do projecto visa a renovação de relações de compromisso entre quem produz e quem consome, através do ajustamento dos produtores e das suas produções ao mercado e da sensibilização e mobilização dos consumidores para o consumo de produtos locais.

De salientar também a conjugação de esforços dos produtores em se associarem, ultrapassando falhas inerentes à produção e comercialização.

O processo de comercialização através de cabazes tem sido um sucesso junto dos consumidores, registando-se até ao momento uma média de 60 cabazes/semana em Palmela e 40 cabazes/semana em Sesimbra, traduzindo-se numa crescente auto-estima e motivação para os agricultores e agricultoras.

O projecto tem permitido o reforço da capacidade empresarial dos pequenos produtores, estimulando a produção tradicional e local de qualidade, promovendo novas formas de comercialização de circuito curto, fundadas em princípios éticos e solidários.

O desenvolvimento de competências em gestão e produção local, marketing territorial e comercialização de proximidade, valoriza as aptidões dos pequenos produtores que, deste modo, vêem as suas produções aumentadas e o seu trabalho reconhecido.

A promoção dos territórios rurais e dos seus habitantes também passa por um trabalho constante de divulgação das cores, cheiros e sabores diferenciados que caracterizam cada região.

Por isso sugerimos *PROVE Connosco*.

Adrepes

[www.prove.com.pt](http://www.prove.com.pt)  
[prove@prove.com.pt](mailto:prove@prove.com.pt)  
 Tel. 919 424 733

RECIPROCO

## Relações de cidadania entre produtores e consumidores

Durante, pelo menos, uma época de cultura os consumidores comprometem-se a comprar directamente aos agricultores, semana a semana, cabazes de legumes, frutas e outros produtos alimentares. Estas parcerias locais e solidárias entre agricultores e consumidores fazem parte de um conceito interessante em vários aspectos, nomeadamente, o apoio à produção agrícola local, a garantia de rendimento para os pequenos agricultores, a segurança e qualidade alimentar para os consumidores, os laços sociais urbano-rural, a cidadania e o desenvolvimento sustentável, entre outros.

O movimento nasceu, há quarenta anos no Japão, na sequência de uma grave crise alimentar e sob o impulso de algumas mulheres preocupadas com a origem saudável dos produtos alimentares que serviam aos filhos. Este sistema estendeu-se pouco a pouco a outros países, passou do Japão para os Estados Unidos, Canadá, Suíça, Reino Unido, Alemanha, Holanda, França até chegar a Portugal no final de 2003.

As primeiras experiências deste género em Portugal arrancaram no Poceirão (Palmela) e em Odemira, neste último caso, com o objectivo de apoiar pequenos agricultores que viviam praticamente em regime de autarcia nas comunidades rurais afastadas dos consumidores residentes nas cidades vizinhas. Este sistema permitiu que dois grupos de produtores acedessem à possibilidade de escoar os seus produtos, anteriormente, vedada pela concorrência das redes de grande distribuição e o notável isolamento.

A forma particular como o conceito foi aplicado em Portugal, tendo como objectivo o apoio aos pequenos agricultores tradicionais, oriundos de pequenas comunidades rurais, sem qualquer ligação com o mercado, levou à criação de uma nomenclatura específica para esta ideia de relações de cidadania entre produtores e consumidores, numa palavra RECIPROCO.

Em 2004, alguns meses depois do lançamento do RECIPROCO em Odemira, as primeiras acções de difusão começaram a nível nacional. Obtiveram o apoio do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e Pescas e do programa LEADER+, com base no interesse do conceito. Por um lado, integra a agricultura nas estratégias de desenvolvimento local e, por outro, é vector de criação de novas relações sociais com as populações urbanas.

Assim nasceu o programa de âmbito nacional RECIPROCO, captando vários GAL LEADER para o conceito e implementação no quadro de uma estratégia de desenvolvimento local. Também foi contemplada uma acção específica de sensibilização dos consumidores residentes nas grandes urbes como Lisboa, com montra na Loja Portugal Rural, visando fortalecer os laços entre consumidores não só das pequenas cidades rurais, como também da capital. Hoje, o conceito RECIPROCO está a ser aplicado ou em vias de aplicação em sete territórios LEADER. Com base nesta primeira experiência está em curso de elaboração um guia metodológico para facilitar a difusão do conceito noutras zonas do País.

A próxima etapa poderá passar pela constituição de uma rede nacional de parcerias locais entre produtores e consumidores, nas quais estariam envolvidas os próprios produtores e consumidores implicados no conceito. Uma rede destas poderia facilitar a difusão do RECIPROCO, independentemente do apoio das associações de desenvolvimento local (ADL). Estas tiveram, de facto, antes de mais um papel de iniciadoras e impulsionadoras que pode agora ser retomado pelas próprias partes interessadas.

Samuel Thirion



# Douro Superior

**Douro Superior. Sub-região da Região Demarcada do Douro, profundamente marcada pela relação natural da cultura da vinha com a oliveira e a amendoeira. Território homogêneo do ponto de vista físico, económico e social, inserido numa das zonas mais secas e quentes de Trás-os-Montes e Alto Douro, que tem no Douro o seu principal factor de identidade. A paisagem oscila entre zonas planálticas, vales profundos de perfil em “V” e o Vale da Vilarça. Predominantemente rural, o Douro Superior tem no património natural e paisagístico, um recurso pleno de desenvolvimento.**

São quatro os concelhos que integram o Douro Superior – Zona de Intervenção (ZI) da Douro Superior - Associação de Desenvolvimento, no âmbito do programa LEADER+: Mogadouro, Freixo de Espada à Cinta, Torre de Moncorvo e Vila Nova de Foz Côa. Mogadouro faz parte da NUT III Alto Trás-os-Montes, os restantes à NUT III Douro. Vila Nova de Foz Côa pertence ao distrito da Guarda, os outros três ao de Bragança.

Distribuídos por 68 freguesias, os quatro concelhos abrangem uma área total de 1.913 km<sup>2</sup>, segundo o Plano de Desenvolvimento Local (PDL) LEADER+ da Douro Superior. Contabilizando 28 freguesias, numa área total de 758,7 km<sup>2</sup>, Mogadouro é o maior dos quatro. Seguem-se-lhe Torre de Moncorvo, 531,6 km<sup>2</sup>, 17 freguesias, e Vila Nova de Foz Côa, 398,2 km<sup>2</sup> e igual número de freguesias. Freixo de Espada à Cinta conta com seis freguesias, numa área total de 245,1 km<sup>2</sup>.

Profundamente marcada pelo rio Douro e seus afluentes (Côa e Torto, na margem esquerda; Sabor e Tua, na margem direita), a paisagem vai-se alterando de acordo com o relevo; zonas planálticas (em Freixo de Espada à Cinta e Mogadouro), vales profundos de perfil em “V” e o extenso Vale da Vilarça. Climaticamente, Mogadouro está inserido na “Terra Fria”, os outros três são “Terra Quente”.

Localizada no Interior Norte do país – extremo Noroeste da Beira Alta e extremo Sudoeste de Trás-os-Montes e Alto Douro –, a sub-região do Douro Superior é predominantemente rural, como demonstram os baixos níveis de densidade populacional (inferior a 20 hab./km<sup>2</sup>), os elevados índices de envelhecimento, o peso específico das actividades agrícolas na economia local, e o isolamento físico, social e cultural, agravado pelas fracas acessibilidades. A análise demográfica revela que o Douro Superior tem vindo a sofrer uma quebra acentuada de população, desde a década de 60, devido à emigração. De acordo com os Censos de 2001 do Instituto Nacional de Estatística (INE), o Douro Superior tem uma população de 33.832 habitantes, distribuídos desigualmente pelos quatro concelhos. Mogadouro é o concelho mais populoso, com 11.235 habitantes, seguido de Torre de Moncorvo, 9.919 habitantes e Vila Nova de Foz Côa, 8.494 habitantes. Freixo de Espada à Cinta conta com uma população residente de 4.184 habitantes.

Acompanhando a tendência negativa das respectivas NUT III, todos os concelhos perderam população no período 1991-2001 (3.124 indivíduos no total), verificando-se variações da população residente entre os -4,4% em Vila Nova de Foz Côa, e os -14,9% em Freixo de Espada à Cinta. As maiores quebras verificam-se no escalão etário “0-14 anos”, com os concelhos de Freixo de Espada à Cinta, Mogadouro e Torre de Moncorvo a registarem os valores mais expressivos: -39,5%, -37,1% e -37%, respectivamente. A taxa de natalidade oscila entre os 7,8% em Freixo de Espada à Cinta e os 5,4% em Vila Nova de Foz Côa.

A variação da população residente naquele período é positiva apenas no escalão “65 ou mais anos”, pelo que outro índice que assume particular importância nesta sub-região é o de envelhecimento. Segundo os mesmos Censos, o Douro Superior tem um índice de envelhecimento de 278,9% para Freixo de Espada à Cinta, 223,6% para Mogadouro, 252,4% para Torre de Moncorvo e 232,7% para Vila Nova de Foz Côa. O envelhecimento da população do Douro Superior deve-se não só aos poucos nascimentos mas também ao retorno dos emigrantes relativamente idosos, à “fuga” dos jovens para outras zonas mais desenvolvidas e ao aumento da esperança média de vida.

No Douro Superior, a agricultura é a principal actividade económica. O comércio e os serviços encontram-se concentrados nas sedes de concelho, assim como a pouca indústria existente. Segundos os Censos de 2001, a

taxa de actividade varia entre os 33,8% em Torre de Moncorvo e os 40,7% em Mogadouro.

A vinha – grande parte integrada na Região Demarcada do Douro –, o olival e o amendoal são as principais culturas em todos os concelhos, à excepção de Mogadouro onde o cereal assume maior importância. No extenso e produtivo vale da Vilarça marcam especial presença os produtos hortícolas. Na sua grande maioria, as populações locais continuam a ser detentoras dos saberes-fazer tradicionais, mantendo uma estreita ligação com a actividade agrícola e pecuária.

No sector secundário predominam as pequenas indústrias aliadas ao sector primário e actividades artesanais. A indústria transformadora (assente fundamentalmente no agro-alimentar – vinho, azeite, azeitona de conserva e enchidos), a construção civil e as indústrias extractivas, são os principais tipos de empresas no Douro Superior. No terciário, a melhoria dos serviços tem contribuído para o acréscimo deste sector nos últimos anos. De acordo com os mesmos Censos, a população activa encontra-se maioritariamente no sector terciário, em todos os concelhos, sendo o valor mais significativo em Torre de Moncorvo (58,1%). A taxa de desemprego é mais expressiva nos concelhos de Freixo de Espada à Cinta (12,6%) e Torre de Moncorvo (10,3%).

O Douro Superior sofre de um relativo encravamento geográfico e fracas acessibilidades inter-regionais devido, em grande parte, ao seu afastamento das capitais de distrito – em média a mais de 100 km. Os dois eixos viários principais mais próximos são o IP4, a Norte, e IP5, a Sul. Espera-se que a construção do IP2, que assegurará a ligação entre aqueles dois, venha a beneficiar a acessibilidade dos quatro concelhos. As ligações ferroviárias são asseguradas pela “Linha do Douro” a partir da estação do Pocinho. Longe vai o tempo em que os comboios iam até à mítica estação de Barca de Alva, pela saudosa “Linha do Sabor”. O transporte fluvial no Douro tem crescido exponencialmente nos últimos anos, mas tem um carácter essencialmente turístico. As acessibilidades ao país vizinho não são muito mais fortes. Apenas as barragens de Bemposta (portuguesa) e Saucelle (espanhola) permitem a ligação física a Espanha.

### Potencialidades

Não obstante, o Douro Superior tem conseguido captar muitos turistas, atraídos pelo património natural e cultural de reconhecido valor. Falta ainda um plano de desenvolvimento integrado, que melhore e aumente as infra-estruturas hoteleiras, assim como a mão-de-obra especializada, mas o turismo começa já a ser encarado como um vector de desenvolvimento para a região.

Os maiores “trunfos” do Douro Superior são o “Alto Douro Vinhateiro” e os “Sítios de Arte Rupestre do Vale do Côa”, no Parque Arqueológico do Vale do Côa; ambos classificados como Património Mundial da Humanidade pela UNESCO, em 2001 e 1998, respectivamente. Espera-se que o futuro Museu de Arte e Arqueologia do Vale do Côa, cujo arranque das obras de construção parece estar, finalmente, para breve, venha a introduzir alguma



Centro de Artesanato da AEDPA / Maria do Rosário Aranha

### Zona de Intervenção LEADER+



dinâmica cultural no parque e na região. Até porque, além do complexo de arte rupestre do Vale do Côa, a região é detentora de inúmeros “sítios” de interesse arqueológico, como o muito visitado Complexo Arqueológico de Freixo de Numão (também em Vila Nova de Foz Côa).

Atractivos aos quais se junta o Parque Natural do Douro Internacional. Criado em 1998, o parque integra uma área de 85.150 ha, distribuídos pelos concelhos de Miranda do Douro, Mogadouro, Freixo de Espada à Cinta e Figueira de Castelo Rodrigo, abrangendo os troços fronteiriços do rio Douro e do Águeda, seu afluente.

Para além da espectacularidade da paisagem – referência obrigatória para a vista impressionante do miradouro do Penedo Durão (Poiães - Freixo de Espada à Cinta), a 727 m de altitude, sobre o Douro e a barragem de Saucelle, o Parque Natural do Douro Internacional sobressai como o refúgio ideal de várias espécies de aves ameaçadas (grifo, abutre do Egipto, águia-real e águia de Bonelli) e importante vegetação endémica, nomeadamente bosques endémicos de zimbro.

Outra das atracções do Douro Superior são as amendoeiras em flor. Um espectáculo de extraordinária beleza que prenuncia a Primavera no Douro Superior. Apesar do retrocesso que a cultura sofreu nos últimos 15 anos, a amêndoa do Douro (DOP - Denominação de Origem Protegida) continua a apresentar-se como um *ex-libris* da região. Junto com o vinho e o azeite. Ingredientes essenciais na gastronomia local, por si só razão suficiente para visitar a região.

O artesanato é rico e variado em tecelagem (linho, lã e algodão), rendas e bordados, mas o destaque recai na seda. Uma actividade tradicional inédita no país, que ainda faz parte do dia-a-dia de algumas (habilidosas) mulheres de Freixo de Espada à Cinta, apaixonadas pela criação do bicho da seda, recolha dos casulos e extracção da seda e confecção de finas, suaves e lustrosas peças...

Paula Matos dos Santos

Fontes: PDL LEADER+ Douro Superior; Censos 2001, INE



Complexo Arqueológico de Freixo de Numão / Paula Matos dos Santos

# Douro Superior

## Associação de Desenvolvimento



A Douro Superior (DS), Associação de Desenvolvimento foi fundada em Julho de 1994. "Surgiu da vontade da população local e dos seus representantes de se organizarem, tendo como base um território homogéneo do ponto de vista social, físico e económico, com características específicas comuns." Inicialmente, contava com 25 associados, hoje 34, entre os quais quatro autarquias (Freixo de Espada à Cinta, Mogadouro, Torre de Moncorvo e Vila Nova de Foz Côa). Sem

descoriar as oportunidades patentes na altura, geradas por mecanismos resultantes da implementação de programas e iniciativas comunitárias, o esforço dos quatro concelhos levou a que, desafios fossem assumidos em parceria, entre parceiros públicos e privados, colectivos e individuais, formando um todo representativo dos diversos actores sócio-económicos do território. Falando de programas, se no Quadro Comunitário de Apoio (QCA) II, a associação trabalhava com o LEADER II e os Centros Rurais, no actual, para além do LEADER+, conta com projectos financiados pela Equal e pela Medida 7 – Recuperação e Valorização do Património Natural, da Paisagem e dos Núcleos Populacionais em Meio Rural do Agris.

Mais de dez anos passados sobre a criação da DS, António Morgado, administrador-delegado e coordenador da DS, garante que "as câmaras, que têm por obrigação desenvolver os concelhos em todas as vertentes, acarinharam a associação de uma forma especial". Apesar do número elevado de privados, "tem havido

ao longo dos tempos, um grande entrosamento entre as associações associadas e as câmaras municipais quanto aos objectivos comuns a atingir por esta associação".

"A razão de ser e de continuar da DS é o trabalho nunca estar todo feito!" O meio rural sendo cada vez mais periférico, porque tem cada vez menos pessoas, também tem cada vez menos pessoas, porque está mais periférico. Daí a necessidade, também ela crescente, de associações de desenvolvimento local que possam apoiar as poucas iniciativas empreendedoras privadas ou públicas. É difícil incrementar projectos, na ausência de massa humana crítica, produtiva e consumidora, sem a qual não há dinamismo económico, nem tão pouco, desenvolvimento local. Como, entretanto, o Estado continua a retirar meios e serviços no interior, "estas associações a manterem-se e a reforçarem-se, acabam por ser um exemplo e um modelo a seguir por outras associações".

E porque não acreditar que no futuro, num próximo quadro comunitário de apoio, a DS poderia funcionar como "associação que apoiaria outras associações, em termos de organização, gestão, recursos humanos ou consultoria". Por ora, de acordo com o coordenador, para suprir uma fragilidade regional maior, um dos grandes objectivos da DS passa por "primeiro, incentivar técnicas inovadoras de produção, depois apoiar cooperativas, de recolha e transformação de produtos, e finalmente, o mais difícil, organizar o escoamento e a venda dos produtos a preços justos".

Douro Superior, Associação de Desenvolvimento  
Avenida dos Combatentes da Grande Guerra, Edifício GAT  
5160-217 Torre de Moncorvo  
Telefone: 279 258 010 / Fax: 279 254 056  
E-mail: dourosupassdes@mail.telepac.pt

### Órgãos sociais

**Direcção:** Presidente Edgar Manuel da Conceição Gata (Câmara Municipal (C.M.) de Freixo de Espada à Cinta) | Vice-presidente Dinis Alves Cordeiro (Associação Nacional de Criadores de Ovinos da Churra da Terra Quente) | Vogal Ilídio Carlos Santos (Adega Cooperativa de Viticultores e Olivicultores de Freixo de Numão) | Vogal António dos Santos Pimentel Lourenço (Associação Cultural, Desportiva e Recreativa de Chãs) | Vogal Ilídio Manuel Fernandes Alves Mesquita (Associação Cultural e Recreativa de Soutelo) | **Assembleia Geral:** Presidente José Manuel Aires (Grupo Desportivo de Torre de Moncorvo) | Vice-presidente António Manuel Rocha Dias (Coopafreixo) | Secretário Ilídio Simões Martins (Associação de Produtores Florestais de Trás-os-Montes) | **Conselho Fiscal:** Presidente António Nascimento Sá Coixão (Associação Cultural, Desportiva e Recreativa de Freixo de Numão) | Membro António José Marcos (Cooperativa Agrícola Sabadouro) | Membro Jorge Joaquim Pereira da Silva (Santa Casa da Misericórdia de Vila Nova de Foz Côa) | **Conselho Consultivo:** José Manuel Ruano (Agrupamento de Defesa Sanitária de Torre de Moncorvo); António Guilherme Sá de M. Machado (C.M. de Mogadouro); Sotero Francisco Mariano Ribeiro (C.M. de Vila Nova de Foz Côa); Manuel Joaquim Caldeira (Adega Cooperativa de Freixo de Espada à Cinta); Nelson Henrique Campos Rebanda (Projecto Arqueológico da Região de Moncorvo); Carlos José Martins Marra (Associação de Produtores de Amêndoa de Trás-os-Montes e Alto Douro); António Alberto Madeira (Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Freixo de Espada à Cinta); José Pedro Branquinho Branco (Associação Cultural e Recreativa do Pocinho); Paulo André Madureira Jaloto (Associação dos Comerciantes e Industriais do Concelho de Torre de Moncorvo); Moisés Francisco Lopes Nogueira (Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Mogadouro)

### Associados

Adega Cooperativa (Coop.) de Freixo de Espada à Cinta; Adega Coop. de Torre de Moncorvo; Adega Coop. de Vale da Teja; Agrupamento de Defesa Sanitária de Torre de Moncorvo; Associação Comercial e Industrial do Concelho de Vila Nova de Foz Côa; Associação Cultural e Recreativa de Soutelo; Associação de Cultura e Recreio "As Mós"; Associação Cultural, Desportiva e Recreativa (A.C.D.R.) de Chãs; A.C.D.R. de Freixo de Numão; A.C.D.R. de Pocinho; Associação da Caça, Pesca e Ambiente de Urros e Peredo dos Castelhanos; Associação de Agricultores de Trás-os-Montes; Associação de Cultura e Património do Concelho de Vila Nova de Foz Côa; Associação de Municípios do Douro Superior; Associação de Produtores Florestais de Trás-os-Montes; Associação dos Comerciantes e Industriais do Concelho de Torre de Moncorvo; Associação dos Produtores de Amêndoa do Alto Douro; Associação Humanitária de Bombeiros Voluntários (A.H.B.V.) de Freixo de Espada à Cinta; A.H.B.V. de Mogadouro; A.H.B.V. de Vila Nova de Foz Côa; Associação Nacional de Criadores de Ovinos da Churra da Terra Quente; Clube de Caça e Pesca do Concelho de Vila Nova de Foz Côa; Coopafreixo; Coop. de Viticultores e Olivicultores de Freixo de Numão; Coop. Agrícola de Sabadouro; Coop. dos Olivicultores de Torre de Moncorvo; Federação da Agricultura de Trás-os-Montes; Grupo Desportivo de Torre de Moncorvo; Município de Freixo de Espada à Cinta; Município de Mogadouro; Município de Torre de Moncorvo; Município de Vila Nova de Foz Côa; Projecto Arqueológico da Região de Torre de Moncorvo; Santa Casa da Misericórdia de Vila Nova de Foz Côa

## PDL LEADER+

### Valorizar os recursos naturais e culturais

Urge atrair e fixar populações. Como? Aquando da elaboração do Plano de Desenvolvimento Local (PDL) LEADER+, a Douro Superior queria fazer jus aos recursos endógenos do território, colocando o acento tónico no seu património natural e arqueológico e nas inúmeras oportunidades de desenvolvimento oferecidas por estes recursos. Contudo apesar da estratégia ter sido partilhada e concertada a nível local, os projectos em defesa ou promoção da natureza e/ou da arqueologia ficaram bastante aquém do que estava planeado em termos orçamentais. Daí a necessidade de redistribuição de verbas, passando para os postos onde se verificava uma maior procura, ou seja, as Actividades Produtivas. De facto, no "Orçamento segundo as áreas temáticas", constando do PDL original, existe uma forte aposta no "Património natural e ambiente" e no "Património cultural e arqueológico". Mas a realidade quer que cheguem muitas e, até mesmo, demasiadas candidaturas de projectos para a área do Apoio às actividades produtivas, nomeadamente o Apoio à actividade agrícola familiar, ao artesanato, à unidade de produção e transformação agro-alimentar e à

iniciativa empresarial e a projectos inovadores. Leiam-se os números, até 31 de Junho de 2006, são aprovados para os postos "Investimentos em infra-estruturas" e "Outras acções imateriais", respectivamente nove e 16 projectos, enquanto que o "Apoio a actividades produtivas" recolhe sozinho 33 projectos.

Até 31 de Junho de 2006, a Douro Superior aprovou 92 projectos, num valor total global de investimento aprovado de 4.655.218,33 euros, no Vector 1 (Desenvolvimento Rural): 58 na Medida 1 (Investimentos), num total de investimento aprovado de 3.113.156,37 euros; 34 na Medida 2 (Acções Imateriais), num total de investimento aprovado de 927.974 euros e os restantes 614.087,86 euros na Medida 4 (Despesas de Funcionamento). Até 31 de Janeiro de 2006, no Vector 2 (Cooperação), a associação de desenvolvimento aprovou 34 projectos, num valor total global de investimento aprovado de 148.801,44 euros: sete no âmbito da Medida 1 (Cooperação Interterritorial), num total de investimento aprovado de 96.139,24 euros; um no âmbito da Medida 3 (Assistência Técnica), num total de investimento aprovado de 52.662,20 euros.

Textos de **Maria do Rosário Aranha**

## Equipa Técnica do GAL



**António Morgado**  
Coordenador

António Morgado, 45 anos, natural de Freixo de Espada à Cinta. Obtido o bacharelato em Engenharia Civil no Instituto Superior de Engenharia do Porto em 1985,

entra na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto onde conclui a licenciatura em 1993 como trabalhador-estudante. Conclui em 1995 o mestrado em Construção de Edifícios. Técnico superior do quadro de pessoal da Câmara Municipal de Vila Nova de Foz Côa onde era chefe da Divisão de Higiene e Meio Ambiente desde 1995, surge em 2002 a possibilidade de concorrer a Director do Gabinete de Apoio Técnico (GAT) do Vale do Douro Superior, cargo que exerce desde Janeiro de 2003. Coabitando a Douro Superior Associação de Desenvolvimento e o GAT, naturalmente e numa perspectiva de aproveitamento de sinergias, foi assumida a chefia desta associação em Março de 2004. Antevê "perspectivas optimistas" para a associação, baseando-se "no reconhecimento público generalizado quanto ao empenho no apoio ao promotor, na qualidade das candidaturas apoiadas, na fiscalização e na boa gestão dos recursos humanos e financeiros".



**Isabel Maria Nevado**  
Técnica

Tem 36 anos e nasceu em França. É licenciada em Engenharia Geológica pela Universidade de Coimbra. Fez um primeiro estágio de oito meses na Douro Superior em 1997. A seguir saiu para integrar uma equipa de fiscalização de uma barragem. E regressa à associação em Maio de 1999 para trabalhar com o LEADER, os Centros Rurais, a Equal e outros programas, na análise de candidaturas, pedidos de pagamentos e relatórios. Tendo como principal preocupação a proximidade com a família e a exigência de qualidade de vida, a lógica passa por se adaptar à oferta do mercado de trabalho local. Como técnica de projecto, aponta a necessidade de se trabalhar mais ainda, sendo para isso necessário mais recursos e menos burocracia.



**Carlos Feijão**  
Técnico

Tem 46 anos e é natural do Porto. Entra para Arquitectura na Escola de Belas Artes do Porto, interrompe com o serviço militar e conclui a licenciatura na Faculdade de

Arquitectura de Lisboa. Após uma passagem por quatro ateliês de arquitectos, aulas de educação visual e de geometria descritiva regressa ao Porto com 32 anos, onde monta um gabinete em conjunto com outras pessoas. O salto para o interior, nomeadamente Vila Nova de Foz Côa, dá-se por motivos pessoais e profissionais. Carlos Feijão, entra para a Douro Superior através de concurso. Neste momento, o seu trabalho na associação passa, entre outras coisas, por apoiar/acompanhar iniciativas que impliquem recuperação, obras, fiscalização e elaboração de projectos de arquitectura. Desconfia que a vontade política ao mais alto nível não passe tanto pelo desenvolvimento do interior do País e que muitas iniciativas deste tipo se possam revelar inglórias.



**Maria da Conceição Pires**  
Contabilista

Natural de Vila Nova de Foz Côa, com 42 anos. Após ter concluído o 12º ano, foi trabalhar para o Porto durante 11 anos, para um despachante oficial. A seguir tirou

o bacharelato de contabilidade, cuja licenciatura está a finalizar neste momento. Entretanto, passados 20 anos, regressou à sua terra e ingressou na Douro Superior. Exerce as funções de contabilista e nessa qualidade faz os registos de contabilidade, efectua os pagamentos aos promotores, e está com o Vector 2 do LEADER+. Apesar de estar só há um ano na Douro Superior, confessa que gosta do trabalho, e reconhece a importância da intervenção da associação.



**Carla Daniela Mitreiro**  
Administrativa

Carla Daniela Mitreiro, 23 anos, é natural de Torre de Moncorvo. Conclui em 2002 o curso técnico Administrativo através do Centro de Formação Profissional de Torre de Moncorvo, de nível III, com equivalência ao 12º ano. Terminado o curso propõe-se à Douro Superior para efectuar um estágio de nove meses. A experiência não acaba aqui. Permanece, desde então, na associação, onde desempenha funções administrativas. Considera que a associação tem vindo a realizar um bom trabalho, que não se esgota aqui, em prol do desenvolvimento local da região.

Um fim-de-semana no **Douro Superior**

# Pelas encostas do Douro

Três grandes referências nos surgem quando pensamos visitar o Douro Superior. A primeira, a mais polémica e significativa, é a do Parque Arqueológico do Vale do Côa e das suas milenárias gravuras rupestres. Depois, o Complexo Arqueológico de Freixo de Numão. Finalmente, o Parque Natural do Douro Internacional e a sua impressionante afirmação ambiental. Ofertas que justificam, cada uma delas, uma deslocação. Mas não se engane, circular pela região pode conduzir a recantos e encantos únicos que lhe deliciarão os olhos e a alma.

Começamos o nosso circuito por Vila Nova de Foz Côa, que se nos apresenta com laivos de modernidade, por entre um tecido urbano com marcas medievais. Não perca a Igreja Matriz, manuelina, de três naves, quanto mais não seja para apreciar a originalidade das colunas inclinadas, únicas no estilo. E não esqueça que é aqui que fica a sede do Parque Arqueológico do Vale do Côa, onde poderá conhecer uma das maiores riquezas do nosso património cultural, as Gravuras Rupestres do Vale do Côa. Se for uma pessoa providente e marcar com antecedência, poderá visitar os núcleos da Panascosa, da Canada do Inferno e da Ribeira de Piscos, de entre os 14 núcleos referenciados.

Amante da história e das suas evidências, rume a Freixo de Numão. Comece por visitar o Museu da Casa Grande, instalado num antigo Solar Barroco e que lhe oferece uma mostra significativa de arqueologia e etnografia. Ali mesmo, encontrará ruínas romanas, medievais e modernas. Decida-se por percorrer os muitos sítios arqueológicos da freguesia, mas não perca o Castelo Velho, onde encontra vestígios das Idades do Cobre e do Bronze, para além do vislumbre de uma paisagem de sonho. Arrisque-se pelos caminhos térreos e estreitos mas muito bem sinalizados e vá até ao complexo arqueológico do Prazo. Se resistir a ficar por aqui, na descoberta da imensa riqueza da região, regresse a Foz Côa para descer o vale do Douro entre amendoeiras e vinhas para se passar à margem direita na barragem do Pocinho. Perca algum tempo a apreciar a estação da CP, na turística linha do Douro e vá até ao cais do Pocinho, onde existe uma fluvina e está estacionado um moderno rabelo que é utilizado para passeios de grupo no Douro. Dê ainda uma saltada ao Santuário de Nossa Senhora da Veiga, na margem esquerda, para contemplar ao longe a silhueta do Douro, contornando as encostas vestidas de vinha.

Já na margem direita rumo à Foz do Sabor. Vá lá encontrar uma agradável zona de lazer, equipada para usufruir as delícias do rio. Mas a visita justifica-se pelo prazer da boca. É aqui que se pode deliciar com os melhores peixinhos do rio deste país. Não se impressione com a simplicidade do espaço, nem com a exiguidade da oferta. Afinal este é um santuário dos peixinhos do rio, seria heresia pretender mais.

Guarde um pouco de vontade para a sobremesa, em Torre de Moncorvo. É aqui que pode degustar e comprar as amêndoas caramelizadas – “amêndoas cobertas” como lá chamam – numa receita ancestral, forma requintada de apreciar o fruto seco tradicional da região. Claro que não deixará de se perder pelas ruas de Moncorvo, na contemplação da sua belíssima arquitectura. E de visitar a imponente Igreja Matriz, do século XVI, com um pórti-

co do estilo renascença e que arvora o título de “maior igreja de Trás-os-Montes”.

Dê um salto a Freixo de Espada à Cinta, terra de Guerra Junqueiro, e perca-se no seu núcleo urbano, recheado de vestígios manuelinos. Não perderá a visita à Igreja Matriz, também ela manuelina e ficará com os olhos surpresos na imponente torre heptagonal que a seu lado se ergue e que se ficou a dever a D. Dinis, constituindo um exemplar único neste país.

Com um pouco de curiosidade, encontrará uma outra originalidade no Centro de Artesanato. Freixo de Espada à Cinta foi um dos núcleos mais importantes de fabrico de seda e mantém o testemunho dessa actividade artesanal. Aprenda com as solícitas artesãs como se faz a cultura do bicho-da-seda e como dos casulos se extrai a fibra de seda que é depois tecida dando origem a requintados panos de bragal. Panos que pode mesmo ali comprar ou encomendar.

Não se esqueça de rumar a Poiães e seguir as indicações de Penedo Durão. Aí vai encontrar o mais impressionante miradouro sobre o Douro, recentemente infraestruturado pelo Parque Natural, com a barragem de Saucelle bem lá no fundo e a encosta espanhola mesmo em frente. Se tiver a mesma sorte que eu, poderá ficar deslumbrado com a visão de meia dúzia de imponentes abutres, planando alguns metros abaixo, circundando a penedia. Em poucos locais o Douro se mostra tão impressionante como aqui.

Termine a visita por Mogadouro, terra de nascimento de Trindade Coelho. Dê um salto ao castelo, do século XII e delicie-se com a panorâmica sobre a vila e os extensos terrenos agrícolas que a circundam. Estes núcleos urbanos transmontanos, construídos ao longo de séculos, são testemunhos vivos das diversas épocas arquitectónicas e autênticos museus ao ar livre. Visite a Igreja Matriz, de três naves, construída em finais do século XVI pelos Távoras. Quanto mais não seja pela originalidade, em Quinta da Nogueira, vá ver o “Monóptero de S. Gonçalo”, uma insólita construção circular, sustentada por cinco colunas salomónicas e que se diz votiva a S. Gonçalo. Depois vá para casa contar que viu um “monóptero”, mesmo que não lhe saiba o significado, como eu... Não saia do Douro Superior sem se deliciar com uma boa posta mirandesa. Não lhe faltarão oportunidades de saborear esse naco suculento de carne mirandesa, que se desfaz na boca como manteiga. Regue-o com um bom vinho de mesa do Douro e faça as pazes com a vida. Portugal ainda tem recantos de autenticidade que não podemos perder.

Francisco Botelho



Museu da Casa Grande, Freixo de Numão / Francisco Botelho



Miradouro do Penedo Durão, Freixo de Espada à Cinta / Francisco Botelho

## para dormir

**Casa do Conselheiro**  
R. das Moreirinhas  
Freixo de Espada à Cinta  
Tel. 279653439

**Hotel Turismo Trindade Coelho**  
Av. N. Sr.ª do Caminho  
Mogadouro  
Tel. 279342363

**Casa de Santa Cruz**  
R. Cimo do Lugar, 1 – Felgar  
Torre de Moncorvo  
Tel. 279928060

**Quinta das Avelheiras**  
Largo General Claudino, 28  
Torre de Moncorvo  
Tel. 279258280

**Quinta do Chão de Ordem**  
E. N. 102 (junto a Muxagata)  
Vila Nova de Foz Côa  
Tel. 279760019

## para comer

**Restaurante Cinta de Ouro**  
E. N. 221  
Freixo de Espada à Cinta  
Tel. 279652550

**Restaurante Tasquinha**  
Av. do Sabor  
Mogadouro  
Tel. 279342654

**Restaurante A Lareira**  
Av. N. Sr.ª do Caminho  
Mogadouro  
Tel. 279342363

**Restaurante Torre**  
Av. Jorge Luís Borges, 2  
Torre de Moncorvo  
Tel. 279253462

**Restaurante Bruiço**  
E. N. 102  
Vila Nova de Foz Côa  
Tel. 279764379

## para visitar

Freixo de Espada à Cinta: Miradouro do Penedo Durão (Parque Natural do Douro Internacional); Congida; Cavallo de Mazouco; Igreja Matriz e Torre do Galo; Centro de Artesanato

Mogadouro: Moinho de Penas Roias; Barragem de Penas Roias; Aeródromo; Castelo

Torre de Moncorvo: Igreja Matriz; Museu do Ferro; Museu Vinário; Casa da Roda

Vila Nova de Foz Côa: Igreja Matriz; Gravuras Rupestres (Parque Arqueológico do Vale do Côa); Complexo Arqueológico de Freixo de Numão (Sítio Arqueológico do Prazo, Museu da Casa Grande, Centro Histórico, Castelo Velho); Miradouro da Sr.ª do Viso; Parque da Lameira

## para levar

Amêndoa coberta de Moncorvo, vinhos do Douro e do Porto, azeite, enchidos e fumeiro certificados, mel, compotas, frutos secos, artesanato – olaria, vimes, linho, rendas e bordados, cestaria - (Arte, Sabor e Douro - Torre de Moncorvo); tapetes, mantas em pura lã (ANCOTEQ - Associação Nacional dos Criadores de Ovinos da Raça Churra da Terra Quente - Torre de Moncorvo); Azeite (Cooperativa Agrícola de Torre de Moncorvo)

Vinho (Adega Cooperativa de Freixo de Espada à Cinta e Adega Cooperativa de Vila Nova de Foz Côa); colchas, almofadas e panos em seda (Centro de Artesanato da AEDPA - Associação para o Estudo, Defesa e Promoção do Artesanato de Freixo de Espada à Cinta); queijo (Queijaria do Planalto - Mogadouro); doces (Doçuras e Troçuras - Mogadouro)

Loja Portugal Rural

# Produtos *made in Portugal*

Apostar na comercialização de produtos locais de qualidade foi uma das estratégias seguidas por nove Associações de Desenvolvimento Local (ADL)<sup>1</sup> para a dinamização do Programa de Iniciativa Comunitária LEADER+ nos seus territórios.

Territórios diferenciados, produtos diferentes, experiências de comercialização distintas e parceiros diversos, não impediram que estas entidades tivessem colocado de pé um projecto comum de comercialização e de promoção dos seus territórios; chamaram-lhe Loja Portugal Rural.

Porquê enveredar por este caminho? Porque as ADL, enquanto agentes de desenvolvimento, conhecem bem os seus territórios e sabem que os mesmos são capazes de oferecer produtos de qualidade: matéria-prima, manufacturação, valor da peça única, singularidade dos produtos. Razões de sobra para acreditar que os mesmos precisam de ser revelados a mercados maiores e susceptíveis de serem apreciados noutros contextos, nomeadamente, urbanos.

E a aposta foi ganha. De facto, a promoção regional que regularmente é feita no Espaço Portugal Rural atesta a atracção que os produtos, regra geral, relacionados com a gastronomia dos territórios rurais exercem sobre os consumidores, que paulatinamente vão demonstrando, quer na Loja quer noutros espaços, preferências associadas à origem e qualidade dos produtos.

Os produtores dos vários territórios também têm sido muito receptivos ao desafio; embalados, pela existência de uma Loja, respondem rapidamente às novas solicitações do mercado, mas ainda revelam algumas resistências no que diz respeito a pequenas alterações dos produtos mais adequadas aos gostos dos novos consumidores; de outro ponto de vista, abalançam-se rapidamente para responder a outros clientes, sem avaliar a sua capacidade de resposta ou a fidelização a um conceito: o conceito de promoção integrada do território que está subjacente ao Espaço Portugal Rural.

Do ponto de vista dos territórios e dos seus diferentes agentes, o Espaço Portugal Rural é sentido como uma mais-valia para a organização da promoção da sua região. Os produtores gostam de entrar na Loja e identificar os seus produtos, o seu artesanato, e de se sentirem “guias” de um Portugal Rural!

Outras regiões têm experimentado a organização de semanas promocionais e o balanço é igualmente muito positivo.

No exterior, o Espaço Portugal Rural ganha projecção, e não são raras as referências aos seus produtos na comunicação social nacional. Nestes espaços de comunicação, é a Loja Portugal Rural que possui a maior oferta (muitas vezes em exclusividade) de produtos nacionais de qualidade; nos outros espaços comerciais, frequentemente o nacional não é mais do que um dos 1001 produtos *gourmet*. E é também por isso que os clientes sabem que é na Loja Portugal Rural que podem escolher o melhor *made in Portugal*.

Quem entra na loja dá de caras com uma recheada mercearia. Aqui, o visitante encontra os mais diversos produtos; o difícil é escolher. Azeites durienses e alentejanos conservas disto e daquilo (azeitonas, cogumelos, alcachofras, pimentos, cebolas, ginjas, lebre...), compotas de fruta, fabricadas segundo receitas antigas, mel de muitas flores e também só de uma, enchidos com aroma a fumeiro tradicional, queijos de leites e proveniências variadas, pão fresco cozido a lenha... Ou seja, uma tentação para os sentidos.

Contíguo a este espaço existe uma “Taberna”, onde é possível provar *in loco* sabores típicos portugueses: tosta de cogumelos e queijo de cabra transmontano DOP; tosta de truta fumada com rucola selvagem; tosta de leitão da Bairrada com maionese de laranja; cogumelos recheados com piso de coentros e queijo cabra de Coruche; pêssegos salteados em atum e cebolinho – eis algumas das iguarias que por aqui se degustam. Na cave estão acondicionados alguns dos melhores vinhos de Portugal e peças originais do artesanato português.

Mas esta breve visita guiada ficaria incompleta se aqui não fosse referido o trabalho de sensibilização dos consumidores urbanos que a Loja Portugal Rural tem vindo a desenvolver, e que consiste no fornecimento de produtos agrícolas frescos directamente do produtor para o consumidor, ou no contacto com os artesãos e produtores. Assim se faz a ligação entre as cidades e as zonas rurais circundantes, e se cumpre um importante desafio no sentido do desenvolvimento rural e da mobilização das populações urbanas para os aspectos da vida agrícola e rural do país.

Outra das vertentes desta loja é organização de eventos com vista à divulgação de produtos locais, bem como dos produtores e territórios onde são produzidos. É frequente a organização de oficinas temáticas ao longo da semana para públicos de todas as idades, bem como de sessões de degustação e a apresentação dos produtores e territórios onde são produzidos. Neste âmbito, inserem-se, por exemplo, as Quintas de Baco, um espaço reservado à prova de vinhos nacionais, e as Semanas Animadas.



Para um Natal mais genuíno, a Loja Portugal Rural propõe-lhe cinco caixas recheadas de tradição.

#### Lúcia-Lima

Vinho Mythos, Casal da Coelheira, tinto ribatejano; Vinho do Porto Caúinho LBV, de Vila Flor; Figos secos da Quinta da Rainha, em Torres Novas; Queijo de ovelha da Serra da Estrela; Mel de flor de alecrim de Leiria; Bolo de mel de cana da Madeira; Azeite Azal DOP; Vinagre de vinho de uvas biológicas e endro de Ourém; Compota de Ourém; Pasta de azeitonas verdes da Quinta da Rainha, em Torres Novas; Enchidos alentejanos; Figos pingo de mel de Torres Novas em calda; Rebuçados de funcho da Madeira; Alguidar da Bajouca; Infusão de lúcia-lima de Mortágua.

#### Flor de Sal

Vinho Primado, tinto do Dão; Suporte de garrafa em madeira do Caramulo; Queijo Terrincho DOP de Vila Flor; Cubos de marmelada do Sardoal; Alguidarda Bajouca; Palitos do Lorvão; Tabuleiro de madeira do Caramulo; Biscoitos de pãra rocha do Cadaval; Nozes de Constância; Vinagre de vinho tinto; Azeite da Quinta do Coro, no Sardoal; Flor de sal da Ria Formosa.

#### Mel e Canela

Vinho Casal da Coelheira DOC, tinto ribatejano; Azeite Tua DOP de Vila Flor; Vinagre de vinho e estragão de Ourém; Palitos do Lorvão; Pãras bêbedas do Bombarral; Queijo de ovelha churra em azeite de Mirandela; Linguíça de porco preto de Montemor; Nozes de Constância; Doce de chocolate e pãra rocha do Bombarral; Biscoitos de mel e canela de Arraiolos.

#### Alecrim e Rosa

Espumante Marquês de Marialva Reserva da Bairrada; Queijo de cabra com ervas de Coruche; Pasta de azeitonas verdes de Vila Flor; Mel com amêndoas de Arraiolos; Palitos do Lorvão; Compota de Ourém; Biscoitos de cerveja de Arraiolos; Licor de rosas do Bombarral; Tempero de alecrim do Carvalhal.

#### Pimenta e Manjerona

Queijo de ervas de Coruche; Vinho Quinta do Valdoeiro, tinto da Bairrada; Queijo de cabra alentejano; Patê de perdiz; Infusão de manjerona de Mortágua.

Para um Natal mais genuíno, a Loja Portugal Rural propõe caixas recheadas de tradição, proporcionando às empresas uma viagem pela cultura portuguesa.

Pausas saudáveis, de um *coffee-break* realmente saboroso...

Um serviço de *catering* saudável, porque um *coffee-break* ou um *cocktail* não têm necessariamente de ser recheados de café e bolos industriais. É este o lema da Loja Portugal Rural, agora também dedicada à confecção e fornecimento de refeições.

Fruta da época, queijo fresco, pães de cereais, infusões e biscoitos caseiros para as primeiras horas do dia. Vinhos, empadas, folares, frutos secos, pães variados, pastas, azeitonas, queijos, enchidos e rebuçados de Portalegre para *cocktails* ao cair da tarde.

A Portugal Rural propõe ementas versáteis, adaptadas a cada evento, e acima de tudo ajustadas à época do ano.

#### Loja Portugal Rural

Rua Saraiva de Carvalho, n.º 115 r/c  
Campo de Ourique – 1250-242 Lisboa  
Tel.: 21 395 88 89 Fax: 21 395 38 78  
E-mail: lojaportugalrural@mail.telepac.pt  
Horário: das 10h às 20h

<sup>1</sup> ACAPORAMA, ADAE, AD ELO, ADICES, ADIRN, DESTAQUE, LEADER OESTE, MONTE, TAGUS e ProRegiões

RuralNet

# Comércio Electrónico de Produtos Rurais



Todo e qualquer processo de desenvolvimento, e muito particularmente o desenvolvimento rural, deverá ser sustentado, em grande parte, pela competitividade do tecido empresarial da região.

As PME (pequenas e médias empresas) rurais, embora produzindo artigos de elevada qualidade em muitos dos casos elaborados com base em pro-

cessos artesanais, não se encontram, na sua maioria, capacitadas para competir nos canais de distribuição organizada. Os grandes hipermercados impõem, por norma, exigências contratuais para as quais as PME rurais se encontram, de todo, incapacitadas.

Neste contexto, torna-se necessário procurar formas alternativas para escoamento dos produtos. Salienta-se, assim, a importância do comércio electrónico que constitui, hoje, um instrumento potentíssimo para atacar as exigências dos mercados altamente competitivos, fruto, em grande parte, do boom da Internet e das alianças económicas.

A Internet assume-se, cada vez mais, como um canal privilegiado para implementação de estratégias de marketing, vendas e serviços pós-venda, constituindo, assim, uma fonte de vantagens competitivas.

Os “cibermercados”, em que teoricamente existe uma igualdade de oportunidades independentemente da dimensão das empresas, tornam-se propícios à construção de alianças estratégicas.

As pequenas e médias empresas, com recurso às novas tecnologias de informação existentes, conseguem, facilmente, associar-se e partilhar um mesmo conjunto de estratégias comuns, integradas e sinérgicas, para a comercialização dos seus produtos.

Os mercados globais criam novas oportunidades de negócio, nomeadamente no que diz respeito à comercialização de produtos raros “de excepção” e de elevada qualidade.

Estas foram as premissas que estiveram na origem do desenvolvimento de um projecto na área do comércio electrónico, denominado RuralNet.

O RuralNet tem por missão criar uma organização virtual que associe pequenas empresas do mundo rural e permita a formulação de estratégias competitivas baseadas em tecnologias de informação, cujo objectivo será apoiar a comercialização dos produtos, no contexto de um mercado global.

Este projecto ilustra um caso prático de Comércio Electrónico, desenvolvido no seio da TRANSTEC - Associação Transmontana para Transferência de Tecnologia, tendo esta contado, para o efeito, com um grupo de docentes e alunos da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Bragança.

Pese embora o facto do *know-how* ter sido obtido junto da escola de tecnologia, a realização do projecto não seria possível sem o precioso contributo da Escola Superior Agrária, nomeadamente no que se refere à disponibilização dos recursos logísticos de suporte ao processo comercial.

Da conjugação das valências associadas à Escola de Tecnologia e à Escola Agrária foi possível dar corpo ao projecto RuralNet que, por diversas vezes, foi considerado o *case-study*, por excelência, de comércio electrónico a nível nacional.

Este projecto mereceu da parte da Quaternaire, no âmbito de um estudo desenvolvido para a TecMinho, denominado Criação de SPIN-OFF's Empresariais e Universitárias, o seguinte comentário: O RuralNet pode ser entendido como um exemplo de uma prática de promoção de empreendedorismo que assenta, por um lado, no estabelecimento de uma plataforma de cooperação inter-empresarial, onde o papel da universidade consiste, sobretudo, em criar um clima favorável ao desenvolvimento de atitudes empreendedoras no seu interior e, por outro lado, na adopção de um modelo que se baseia no apoio à criação e desenvolvimento de “Quase-Empresas”.

Enquanto *case-study*, o RuralNet motivou a realização de artigos que foram publicados em revistas da especialidade, foi alvo de inúmeras reportagens televisivas, e apresentado em diversos seminários e congressos de carácter científico realizados em variadas Instituições de ensino superior nacional.

O financiamento necessário à realização do projecto foi garantido pelo Fundo Social Europeu (Iniciativa ADAPT) e pelo Estado português.

O RuralNet desenvolveu-se, inicialmente, com um reduzido número de empresas-piloto e, numa fase posterior, passou a integrar uma série de empresas que, enquadrando-se nos objectivos do projecto, a ele pretendam aderir. Partindo de uma análise do tecido empresarial rural e das potencialidades e das fraquezas dos diversos sectores de actividade foram convidadas a integrar o RuralNet, um conjunto de pequenas e médias empresas do mundo rural transmontano, que permitissem uma representatividade dos produtos típicos da região com maiores potencialidades, tais como: fumeiro, carne, azeite, mel, queijo, vinho de mesa, vinho do Porto, artesanato e turismo rural.

Na sua fase de exploração o RuralNet contou com a participação de aproximadamente 40 empresas, dos mais diversos ramos de actividade, que se encontram sediadas nas regiões de Trás-os-Montes e Alto Douro, Minho e Beira Interior.

Convém, ainda, salientar que o RuralNet foi o primeiro site de comércio electrónico nacional a obter uma certificação de qualidade, atribuída pela DECO - Associação Portuguesa para a defesa dos Consumidores, no âmbito de um projecto internacional denominado WebTrader.

O RuralNet iniciou a sua actividade no dia 1 de Outubro de 1998, e encontrava-se acessível por intermédio do endereço web: [www.ruralnet.pt](http://www.ruralnet.pt). Neste momento, o projecto encontra-se inactivo, embora tenha a possibilidade de poder vir a ser reactivado a qualquer momento.

José Adriano

## No futuro...

Segundo o mentor do projecto, José Adriano, a determinada altura “havia a necessidade do projecto passar cá para fora”. Após uma primeira fase de experimentação, era forçoso saltar os muros da Escola Superior de Tecnologia e Gestão, espaço onde o projecto RuralNet era suportado, essencialmente, pelo próprio José Adriano e alunos, por definição, em regime transitório. Para além do aspecto de maturação do projecto, outra dificuldade apontada por José Adriano, era a relação com os próprios empresários/produtores que nem sempre decorreu pacificamente e que exigiria um trabalho a longo prazo, insistindo nomeadamente no investimento dos produtores no projecto em termos de imagem e em termos absolutos.

Quando José Adriano é convidado a integrar o Conselho Directivo da Escola Superior de Tecnologia e de Gestão, o RuralNet fica “sem pai e sem mãe” e, conseqüentemente, pouco tempo depois, inactivo.

Hoje, existe uma séria possibilidade de reactivar o site, apresentando-se duas hipóteses: “o projecto segue a mesma linhagem, fica no seio da escola, alimentado por fundos comunitários e virado para a promoção ‘benévola’ dos produtos da terra, ou parte para uma via economicista, tornando-se uma unidade de negócio, tentando captar o investimento de instituições financeiras e com um fim lucrativo”.

# Amendoeiras em flor

O cenário repete-se todos os anos... Nos meses de Fevereiro e Março, as amendoeiras desentranham-se em flores e toda a paisagem se transforma... De ambos os lados do rio Douro, as encostas cobrem-se de um manto branco rosado... Uma “festa” que anuncia a Primavera por estas paragens, atraindo milhares de visitantes... Seduzidos pela Natureza mas também pelas inúmeras iniciativas organizadas localmente por esta altura, para (re)afirmar a amendoeira em flor como cartaz turístico do Alto Douro e do Nordeste Transmontano.

Concentrando mais de metade da produção nacional de amêndoa, os concelhos do Douro Superior – Vila Nova de Foz Côa, Freixo de Espada à Cinta, Torre de Moncorvo e Mogadouro – assinalam entusiasticamente o acontecimento, promovendo anualmente a festa da amendoeira em flor. Para além de passeios pedestres, ou fluviais, Douro acima, para admirar o esplendor das amendoeiras em flor, o programa inclui feiras de produtos locais e artesanato, espectáculos musicais, exposições e eventos desportivos.

Reivindicando para si o título de “Capital da Amendoeira”, por ser o concelho com a maior densidade de amendoeiras em toda a sua área, Vila Nova de Foz Côa tem, nesta festa, um momento alto da sua vida sociocultural. A prová-lo estão as 25 edições consecutivas da “Quinzena das Amendoeiras em Flor”, enriquecida desde 1987 com a Expocôa – Feira de Actividades Económicas do Vale do Côa, destinada a promover e a valorizar os produtos da região, designadamente a amêndoa.

É também em Vila Nova de Foz Côa, no Largo do Tablado, que funciona a “Bolsa da Amêndoa”. Todos os anos, no dia 29 de Setembro, faça sol ou chuva, os agricultores reúnem-se ali para fixar os preços da amêndoa (com e sem casca) que vigoram em todo o país e chegam a influenciar os mercados mediterrânicos. Este ano, devido à chuva que teimou em cair copiosamente durante toda a manhã, ou não, o precioso grão de amêndoa, salvo por inteiro do bruiço, andou escondido... Um comentário aqui, outro ali, e o desânimo estampado no rosto de alguns produtores corrobora a ideia de que do ponto de vista económico, a cultura da amêndoa não está a compensar. Ainda que, actualmente, a cultura da amêndoa goze de alguma revitalização, após um período de abandono, em que muitos agricultores viraram costas às amendoeiras, substituindo-as por oliveiras ou videiras - beneficiárias de ajudas à produção.

O ponto de viragem ter-se-á dado em 2001/2002, quando dirigentes associativos e produtores alertam para a “tragédia” em curso, reivindicando ajudas à produção, à semelhança do que acontecia para os sectores da vinha e do olival. Uma forma de travar o abate intensivo dos amendoais, incentivando os agricultores a retomar a produção da amêndoa, uma cultura de grande impacto na vida socioeconómica das populações da região e principal cartaz turístico da região. Mais do que uma cultura, encontrava-se ameaçada a identidade de uma região. O facto de não ser rentável, não poderia ser o argumento que justifique o seu fim. Mais que um produto agrícola, a amêndoa é um produto turístico. Actuar junto dos agricultores, sensibilizando-os para

parar com o arranque das árvores, incentivando-os à reexertia das variedades tradicionais de melhor qualidade, como a Verdeal-Refego e Casanova, para, posteriormente, poderem beneficiar da denominação de origem da Amêndoa Douro, ou apostar em variedades “estrangeiras”, como as Ferradoel e Ferrenha, originárias da Califórnia (Estados Unidos da América). Uma árdua tarefa assumida por associações e cooperativas de produtores da região que começa agora a dar os seus frutos.



Paula Matos dos Santos

## Feira da Amêndoa

Chamam-nos à atenção que o dia seguinte, a partir da madrugada, se realiza em Vila Nova de Foz Côa a Feira da Amêndoa. E recomendam-nos que, se quisermos assistir, temos de ir cedo pois, por volta das dez horas, já as transacções foram feitas e a praça abandonada. A feira é anual, serve as populações do Douro e é utilizada para definir os preços do fruto.

Decidimos não perder a oportunidade e são perto das oito e meia da manhã quando chegamos à Praça da República, em Vila Nova de Foz Côa. Que antes de o ser foi Praça do Tablado - quem sabe se “tabelado”, de preço fixado -, evocando tradições ancestrais da vida do Douro. O dia está cinzento, cai uma chuva miúda, e a praça tem um movimento inusitado. Carros estacionados por todo o lado, gente concentrada no centro da praça, grupos em conversa aqui e ali. A amêndoa não se vê, mas na placa central da praça há quatro balanças, perdidas no meio da multidão. Demoro a perceber o que se passa. Vejo um homem de rosto fechado abrir a mala de um carro e retirar de lá de dentro um saco de ráfia que carrega até uma das balanças. Faz o percurso quatro vezes e aguarda junto à balança. Passados uns minutos, outro homem se acerca, pesa os sacos e refere o peso, com a concordância do outro. O primeiro homem carrega então os sacos para um furgão estacionado na praça, que ostenta a publicidade de um comerciante de frutos secos. O pagamento faz-se de uma forma discreta e o homem perde-se no meio da multidão, sem responder a quem lhe pergunta o preço. O que me espanta é o secretismo. Tudo se faz às escondidas, não consegui ver o fruto, não consegui saber os preços praticados. Ouvi comentar que o preço, este ano, não compensa. Uns falam em 4,5 euros por quilo, outros referem os 5 euros. Mas todos são unânimes – assim não vale a pena, mais vale não apanhar as amêndoas.

Talvez se o dia estivesse solarengo, o espectáculo fosse estimulante. Ao abandonar a praça, porém, senti a sensação de um mundo a morrer. E a nostalgia de tempos melhores. Fechei os olhos e vi a antiga praça do Tablado cheia de carros de bois, carregados de sacos de amêndoa. E gente em festa, partilhando o pão e o vinho, enquanto experimentava os frutos. Mas não, a realidade já não é assim. O romantismo já não tem lugar. Por quantos anos mais ainda existirá a feira? Ninguém sabe, mas por todos passa a consciência de que o mundo já não é o mesmo e que a amêndoa, essa, já não compensa. Será?

Francisco Botelho

Em Freixo de Numão (Vila Nova de Foz Côa), há pouco mais de um mês, chegaram 20 mil pequenas amendoeiras, vindas de Murcia (Espanha), para repovoar a região. Destinadas a 42 sócios da Coamêndoa - Cooperativa Agrícola de Produtores de Frutos de Casca Rija, de Freixo de Numão, as 20 mil amendoeiras, representando um investimento de cerca de 60 mil euros, são o renascer da esperança para os defensores da cultura da amendoeira no Alto Douro. Segundo o presidente da Coamêndoa, em declarações ao “Jornal de Notícias” (10.10.2006), Joaquim Grácio, acredita que o mais difícil – a sensibilização para investimentos no amendoal está ultrapassado. “Os agricultores estão a apostar outra vez na amêndoa, como complemento de outras culturas”, afirma, não negando a importância das ajudas do Governo por cada hectare plantado.

Neste contexto de mudança, e à semelhança destes produtores associados da Coamêndoa, outros agricultores de todo o Alto Douro e Nordeste Transmontano, entusiasmados, voltam a olhar para o amêndoa, (re)plantando hectares de amendoal, acreditando que a amêndoa será o fruto do futuro da região.

Não existem dados exactos, mas acredita-se que nos últimos 15 anos terão sido arrancadas em Portugal cerca de quatro milhões de amendoeiras, por falta de incentivos à cultura. Na região onde agora se aposta, desapareceram 15 a 20 mil hectares de amendoeiras.

Tendo em conta que a União Europeia autoriza a produção de frutos de casca rija numa área máxima de 41.300 hectares, Joaquim Grácio espera que no Quadro de Referência Estratégica Nacional (2007-2013), sejam disponibilizadas verbas para ajudar a plantar mais de 10 mil hectares de amendoal na região. Importa, contudo, diz o presidente daquela cooperativa, pensar na amendoeira como valor económico e não apenas turístico. “Se não for rentável, não haverá flor”.

Paula Matos dos Santos

Produtos da Cova da Beira

## O traço de uma região



Na Cova da Beira (concelhos de Belmonte, Covilhã e Fundão), em particular, e no meio rural, em geral, existem potencialidades e recursos que, sendo estrategicamente aproveitados, podem contribuir de forma significativa para gerar uma dinâmica que poderá complementar uma estratégia de desenvolvimento integrada, nas vertentes sócio-eco-

nómica e turística, permitindo conhecer e usufruir das riquezas da região através da divulgação e comercialização dos seus produtos de elevada qualidade.

Melhorar o processo produtivo, a qualidade dos produtos de excelência da Cova da Beira (vinho, fruta, queijo, mel, licores e azeite, entre outros) e apoiar trabalhos de investigação nos sectores vitivinícola, frutícola, turístico e artesanal, são acções que a Rude - Associação de Desenvolvimento Rural assume como prioritárias, na medida em que preconizam a concretização de novos desígnios, através da atribuição de incentivos financeiros a projectos co-financiados por esta associação.

O investimento realizado na Cooperativa Agrícola de Fruticultores da Cova da Beira permitiu melhorar o processo produtivo, ajustar os equipamentos, garantir as condições higiénico-sanitárias da produção e conservação da fruta (nomeadamente, cereja, pêsego e maçã) e desenvolver a comercialização e promoção, num projecto em que a qualidade e rentabilidade são um fim.

Também no sector vitivinícola temos a preocupação de dar mais visibilidade a um produto de excelente qualidade, aprovando projectos promovidos pelas adegas cooperativas da Covilhã e do Fundão, cujas intervenções permitiram adquirir diverso material e equipamento de fermentação

e vinificação para melhorar o processo produtivo, valorizando assim a comercialização dos vinhos tintos DOC (Denominação de Origem Controlada) da Cova da Beira, aumentando a introdução deste produto nos mercados nacionais e internacionais.

Atendendo à evolução das ciências agronómicas e biológicas e das novas tecnologias no sector produtivo, a intervenção Rude na defesa dos produtos locais não se tem limitado ao desenvolvimento de projectos materiais, mas também ao desenvolvimento de acções e actividades de natureza técnica, junto dos fruticultores, produtores e agricultores, cuja informação lhes permite melhorar a qualidade da sua produção.

Neste sentido, a Associação de Agricultores de Produção Integrada de Frutos de Montanha (AAPIM), através de um projecto co-financiado pela Rude, dotou os concelhos de Belmonte, Covilhã e Fundão de quatro Estações Meteorológicas Automáticas, permitindo aos produtores e agricultores da região obter informações climáticas precisas, melhorando e potenciando, em consequência, as características únicas dos produtos desta região. Por outro lado, também a promoção e exposição dos produtos locais têm sido factores prioritários para esta associação.

Neste âmbito, sublinhamos as intervenções integradas no quadro de projectos globais de promoção, divulgação e valorização dos produtos locais, tendo em vista assegurar a capacidade de escoamento de produtos Cova da Beira, (frutas, vinhos, legumes) e aumentar a competitividade com outras regiões do país.

Entendemos que a correcta valorização dos produtos locais é sinónimo de crescimento económico, de promoção turística, e também de notoriedade regional, pelo que a Rude está a levar a cabo uma estratégia de desenvolvimento integrado desta realidade que, para além de permitir usufruir de todas estas riquezas, alarga o espectro de intervenção no desenvolvimento local e regional, para cuja prossecução trabalham as associações de desenvolvimento rural.

Celeste Valente  
Rude

## Sabores do Campo

A Sabores do Campo é uma empresa de comercialização de produtos de qualidade oriundos do Alentejo, dirigida para o mercado da hotelaria e restauração.

Criada em 2002, por dois jovens técnicos, a Sabores do Campo apostou na experiência de um dos seus gerentes na área da qualidade alimentar, de onde se destaca também a sua vasta experiência na área vitivinícola, no sector da internacionalização.

O conhecimento das preferências do mercado externo pelos produtos agro-alimentares portugueses, assim como dos sectores nacionais ligados à hotelaria e restauração, terão contribuído fortemente para a criação desta empresa.

A Sabores do Campo, além de constituir uma plataforma de comércio electrónico, define-se como um projecto de apoio à comercialização de produtos alimentares tradicionais de qualidade, designadamente, prestação de serviços que incluem a elaboração de recomendações e aconselhamento junto dos potenciais clientes do ramo da hotelaria e restauração quanto às cartas de vinho, escolha de azeites, criação de tábuas de queijos, entre outros serviços.

Do ponto de vista dos produtores, a Sabores do Campo, com sede em Estremoz, assegura uma ligação mais estreita às exigências e necessidades dos consumidores, funcionando também como intermediário directo entre os agentes.

O projecto apresentado ao programa de Iniciativa Comunitária LEADER+ do Monte - Desenvolvimento do Alentejo Central, ACE, assenta na criação de condições materiais para a concretização da comercialização, tais como a aquisição de uma viatura comercial, entre outros. Em intenção está a elaboração de material promocional e o desenvolvimento e actualização do site.

Na aprovação deste projecto, o GAL (Grupo de Acção Local) do Monte, teve em consideração a experiência e conhecimento demonstrados pelos responsáveis da Sabores do Campo, o interesse em iniciativas que pro-

movam os produtos tradicionais de qualidade do Alentejo junto de nichos específicos, a importância em adequar produtos às preferências dos consumidores e a sua capacidade de resposta, aspecto que é garantido pelos serviços prestados pela Sabores do Campo. Pesou igualmente na decisão, a importância do sector hoteleiro e restauração, que constitui o mercado preferencial da empresa e, deste aspecto, poder vir a constituir-se uma ligação comercial a explorar no contexto do projecto Portugal Rural do qual o Monte é parceiro.

Marta Alter  
Monte



## Produtos de qualidade

Território natural e paisagístico extremamente rico e diversificado, com um vasto património histórico-cultural, a Península de Setúbal está fortemente pressionada pela sua proximidade à capital, mas mantém íntegra uma identidade genuína, de características rurais bem vincadas.

Surgem, neste contexto, diversos produtos locais de excelente qualidade, maioritariamente oriundos de frágeis estruturas de produção, reflexo dos conhecimentos ancestrais e dos saber fazer amadurecidos ao longo de várias gerações, que agora enfrentam os desafios da modernidade. O seu papel preponderante para as populações rurais obriga a que qualquer estratégia sustentada e responsável os encare como alavanca fundamental do desenvolvimento rural da região.

Consciente desta realidade, a Adrepes - Associação para o Desenvolvimento Rural da Península de Setúbal inscreveu como tema federador do seu Plano de Desenvolvimento Local a valorização dos produtos locais e o acesso aos mercados por parte das pequenas estruturas de produção.

Produtos tradicionais como o vinho, o queijo, a maçã riscadinha, o mel e o artesanato, têm sido apoiados em diversos projectos no âmbito da programa LEADER, que tem contribuído para a sua valorização, promoção e comercialização, com a consequente melhoria da qualidade de vida das populações rurais do nosso território.

### Vinho, Queijo de Azeitão e Maçã Riscadinha

A Península de Setúbal é considerada o solar das castas Moscatel e Castelão, que estão na origem dos famosos vinhos licorosos Moscatel de Setúbal e de vinhos tintos de grande notoriedade, como os DOC (Denominação de Origem Controlada) Palmela.

Com o intuito de melhorar a qualidade dos produtos e a sua comercialização temos apoiado vários projectos de modernização tecnológica de adegas, de criação e remodelação de salas de prova, de intervenções paisagísticas e de apoio ao enoturismo.

Fruto de uma estratégia integrada de desenvolvimento, de valorização e de comercialização deste produto, foi constituída a Rota de Vinhos da Península de Setúbal/Costa Azul, que congrega várias entidades do sector vitivinícola, entidades públicas e empresas associadas ao turismo da região.

A história do Queijo de Azeitão tem cerca de dois séculos, cujo início se deve à tentativa de produzir na região queijo de ovelha segundo os métodos seguidos para a obtenção do queijo Serra da Estrela. Estas técnicas, associadas às características ímpares da região, estão na origem de um dos mais apreciados queijos de ovelha do nosso país: o Queijo de Azeitão.

A actividade da ADREPES em torno do Queijo de Azeitão tem-se centrado na melhoria das condições de laboração e na formação dos quadros das empresas (formação em HACCP, por exemplo), de forma a melhorar a qualidade do produto, e na criação de uma imagem que permita uma eficaz publicitação. Todos os esforços envidados para a promoção da excelência deste produto e da sua especificidade estão na base da DOP (Denominação de Origem Protegida) que ostenta.

A partir dos anos 20, com o corte dos matos e a expansão da vinha, intensificou-se também a cultura da maçã riscadinha, que começou a evidenciar-se pela sua qualidade gustativa (características organolépticas) tornando-a no fruto mais produzido da região, a seguir à afamada laranja de Setúbal. Foi apoiado um projecto que visa a promoção e a divulgação da maçã riscadinha junto dos consumidores, que contempla a criação de uma imagem, site e embalagens específicas. Para além destes produtos, existem muitos outros que são alvo da nossa atenção e com os quais trabalhamos para garantir a qualidade, promoção e eventual certificação, como o mel da Arrábida, manteiga de leite de ovelha, requeijão de Azeitão, peixe-espada preto de Sesimbra, ostras de Setúbal e conservas de Peixe, além do artesanato, mais concretamente a olaria e a azulejaria.

Os resultados obtidos têm sido encorajadores e revelam que a opção pelos produtos locais, como instrumento de afirmação e dinamização económica do nosso território, constituem um investimento de amplo retorno.

José Diogo  
Adrepes

## Espaço Fortuna, Artes e Ofícios

Fortuna, Artes e Ofícios. “Um nome com prestígio” na área de produção e comercialização de artesanato, nomeadamente cerâmica rústica, azulejos, cerâmica decorativa e, também, na concepção, restauro e utilização de cantarias. Um espaço que, segundo António Pombinho, da Câmara Municipal de Palmela, “tem um papel importante do ponto de vista da divulgação das tradições, da cultura local e da produção de artesanato”. Características que o tornam no segundo local a receber maior número de visitantes no concelho de Palmela.

Atenta a estas potencialidades, a Câmara Municipal de Palmela associou-se numa parceria com a Adrepes, com vista à revitalização do espaço, e exploração das suas potencialidades. Decidiu-se manter a estrutura base do projecto de Sebastião Fortuna, criador e impulsionador da ideia, afinando alguns aspectos de gestão. Com esse objectivo foi constituída a Adrepal, em Janeiro de 2006, uma sociedade por quotas, detida em 51 por cento pela Adrepes, 47 por cento do município e dois por cento por Sebastião Fortuna, que levou à aquisição do terreno a 28 de Julho de 2006.

De acordo com António Pombinho, os objectivos deste projecto assentam em três vertentes: “inserir, cada vez mais, o projecto na estratégia de desenvolvimento rural que a Adrepes tem para o território”, “desenvolver a produção e divulgação do nosso artesanato” e “constituir um centro logístico de divulgação dos produtos locais e regionais”.

Hectare e meio de terreno, localizado na Quinta do Anjo e integrado no Parque Natural da Arrábida, o espaço Fortuna, Artes e Ofícios é constituído por três áreas: oficina (dividida em cerâmica e cantaria), espaço comercial e bar.

As três áreas vão a ser alvo de intervenções que visam a correcção do modelo de gestão e a valorização dos espaços. Segundo Valdemar Martins, gestor da Adrepal, nas oficinas, o objectivo é “flexibilizar o posto de trabalho”, promovendo a “polivalência” e “requalificação” dos 15 trabalhadores do sector produtivo, dotando-os de “mais conhecimento e competências”.

Ao nível da loja e do bar o pretende-se proceder a uma reconversão dos espaços. A loja vai ser alvo de uma reestruturação física, que visa o melhoramento do espaço de modo a torná-lo mais atraente para o visitante, enquanto o bar vai ser alvo de uma profunda reconversão, com a transformação da cafetaria num espaço de restauração, com o objectivo de “promoção da gastronomia local e dos produtos locais e regionais”. Para isso, a Adrepal está

à procura de um parceiro que trabalhe na área, e que tenha a vertente de gastronomia tradicional de qualidade. Agregado a este espaço, pretende-se desenvolver uma área de comercialização de horto-frutícolas.

A área envolvente também será alvo de uma intervenção abrangente, que contempla o melhoramento das acessibilidades e do estacionamento, o aumento da segurança e a criação de uma zona pedonal.

Toda a intervenção obedece também a um princípio de abertura do espaço à população. Contemplando a possibilidade de abrir o espaço a outros artesãos e investigadores na área de artesanato, o espaço vai alargar a dinâmica de aprendizagem a acções de formação abertas ao público em geral, ao mesmo tempo que pretende promover a ligação ao meio escolar, através de visitas de escolas. Esta aposta está patente na programação de visitas de escolas, que, durante três dias, vai levar cerca de 700 alunos ao Fortuna, Artes e Ofícios. A abertura a visitantes é uma componente que se pretende salvaguardar e mesmo aumentar. Segundo António Pombinho, pretende-se que o espaço “fique incluído nos circuitos das agências de turismo”.

João Limão

Fortuna, Artes e Ofícios  
Estrada Nacional, 379 - Quinta do Anjo  
2950 Palmela  
Tel. 212871068 Fax. 212880742



Fortuna, Artes e Ofícios / João Limão

# A ADIRN apresenta

A ADIRN - Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte, tem vindo a promover alguns encontros de apresentação de projectos turísticos, sociais e de valorização dos produtos locais, apoiados pelo programa LEADER, nos concelhos da sua zona de intervenção: Alcanena, Ferreira do Zêzere, Ourém, Tomar, Torres Novas e Vila Nova da Barquinha.

## no concelho de Alcanena

De acordo com o tema forte do seu Plano de Desenvolvimento Local (PDL) LEADER+, "Melhoria da qualidade de vida", a ADIRN considera que o seu papel de associação e agente de desenvolvimento local não se deve limitar a aprovar e subsidiar projectos económicos úteis para o território, mas deve, sim, ir mais longe, nomeadamente através da divulgação e promoção oportuna dos projectos emergentes. A ADIRN iniciou, assim, no passado dia 12 de Julho de 2006, a apresentação de projectos que contribuem para o desenvolvimento e melhoria da vida das populações, na Serra de Santo António, no concelho de Alcanena. Em foco estava o restaurante "O Rojas", um empreendimento rural, propriedade de Manuela Cristóvão, apoiado pelo LEADER II da ADIRN. Neste espaço, também de exposição de artesanato regional, os principais responsáveis políticos e administrativos locais foram convidados a saborear iguarias regionais, da responsabilidade da promotora de projecto. Após um pequeno passeio turístico-cultural, no Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, procedeu-se à inauguração doutro projecto de Manuela Cristóvão, a albergaria rural "Casais Estácios". Situada na Serra de Santo António, envolta num vasto planalto, em que os muros de pedra são, praticamente, a única marca da presença do homem, a albergaria pretende ser uma opção turística de qualidade. A albergaria "Casais Estácios" é um projecto ambicioso, mas fundamental para o desenvolvimento e divulgação do património local. É um espaço de acomodação único na zona, dotado de seis quartos, aquecimento central, sala de refeições e salas de convívio, e que conta com a simpatia de uma mulher simples e empreendedora, sempre pronta a (bem) servir.

## no concelho de Torres Novas

No dia 7 de Setembro, a ADIRN destacou quatro projectos turísticos e sociais, situados no Concelho de Torres Novas. A primeira paragem deste périplo fez-se no Centro de Acolhimento para Jovens/Espaço Encontro, na freguesia de Rexaldia, que serve, simultaneamente, de Centro de dia para idosos e de ATL (Actividades de Tempos Livres) para crianças. Daqui, o grupo, composto por autarcas, edilidades, responsáveis administrativos e jornalistas, seguiu para os Moinhos da Pena. Parte integrante da paisagem da Serra d'Aire, são um dos maiores aglomerados de moinhos do país. No âmbito do programa LEADER I, alguns proprietários destas obras, sustentados por um perito na matéria, Sérgio Poupado ("Sérgio dos Moinhos"), iniciaram a reconstrução e reabilitação dos moinhos. Este movimento resultou na recuperação fiel de sete moinhos num total de doze, sendo que um foi adaptado para residência (turismo).

O próximo compromisso deste dia de visitas a um leque de projectos apoiados pelo LEADER neste território, materializou-se num almoço servido no Campo - Escola de Escuteiros da Serra d'Aire. Inserido no Parque Natural, este espaço possui um edifício com balneários, cozinhas, sanitários e outras acomodações para a prática do escutismo e de actividades ao ar livre. É uma zona verde, onde se pode acampar, praticar BTT e diversas actividades, como rappel, escalada ou montanhismo. Serve

como espaço de apoio a visitas culturais e turísticas na zona e possui um depósito de água para combate a incêndios. Já contou com a visita de cerca de 10 mil pessoas, sendo perto de três mil não escuteiros. Por fim, foi visitado o CIGA - Centro de Interpretação das Grutas do Almonda. Este espaço foi construído para dar apoio aos visitantes das notáveis Grutas do Almonda, às quais, em Maio de 2006, foi reconhecido pela UNESCO (assim como pelo Estado Português), de acordo com a Convenção de Ramsar, o título de Património de Interesse Natural. O CIGA é composto por um edifício principal que serve de hospedaria com seis quartos duplos e um triplo, uma sala de reuniões, um refeitório, balneários, salas para exposições e um torreão ponto de vigia da zona.

## no concelho de Tomar

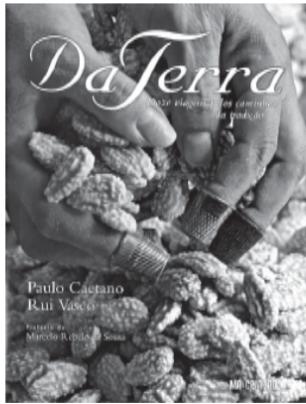
O último encontro em data de apresentação e promoção de projectos com a chancela LEADER/ADIRN, decorreu no quadro único da Quinta do Lagar de S. José em Paialvo. Primeiro foi organizada uma Feira de Eventos, com tendas promocionais e exposição de diversos produtos locais. Assim, na Loja do Ribatejo Norte, provaram-se vinhos da região e conheceram-se viagens e destinos turísticos propostos pela Templar. O espaço em si, a Quinta do Lagar de S. José, foi constituído numa acção de investimento de empresas para jovens, através do LEADER/ADIRN. Apresenta-se como mais uma oferta turística no âmbito da formação/prática ligada a actividades ao ar livre. Incorpora também uma vertente educativa e pedagógica dedicada à população jovem. Finalmente, propõe-se a oferecer às empresas e grupos, em geral, condições privilegiadas em termos de infra-estruturas e de riqueza paisagística para descansar, festejar ou, simplesmente, conviver. A anfitriã, Isabel Silva Dias descreve-o como, "um lugar para descansar, o refúgio de uma região por descobrir, um monte para subir, uma peça para ensaiar, um trilho para percorrer, um vinho para saborear ou um desafio para vencer."

Não perca as próximas apresentações da ADIRN no concelho de...

**Maria do Rosário Aranha**  
Com a colaboração da ADIRN



Moinhos da Pena, Serra d'Aire - Torres Novas / ADIRN

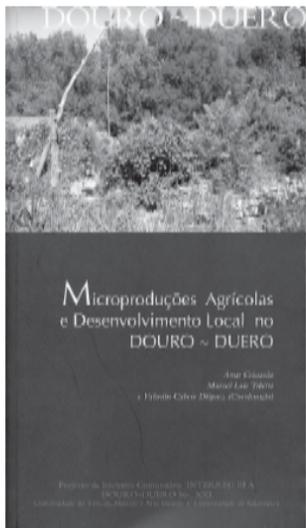


### Da Terra - Doze viagens pelos caminhos da tradição

Paulo Caetano (texto) Rui Vasco (fotografia). Má Criação (edição); 2005

Apoio Programa LEADER+/IDRHa

"Da Terra é uma viagem de descoberta, por um País que resiste e renasce através de produtos únicos: industriais por vezes, artesanais noutros casos, todos nascidos de uma forte ligação à Natureza. Do Licor de Alfarroba ao Arroz, do Linho ao Mel... Em 12 capítulos iluminados pelas magistrais fotografias de Rui Vasco, Paulo Caetano traça-nos a História e as mil histórias por detrás de cada tradição, de cada progresso arcaico. Desvendando um outro Portugal, arredado dos media mas pujante e surpreendente; onde o passado é também fonte de renovação. Provando que se pode conciliar modernidade e consciência. Que se pode continuar a ser português num mundo global." Doze capítulos, doze viagens pelos caminhos da tradição... 200 páginas que valorizam actividades e produtos tradicionais portugueses que ainda marcam e podem marcar o nosso presente, contribuindo para a afirmação da nossa identidade "Um livro muito simples.", diz Marcelo Rebelo de Sousa, no prefácio. "Mas a vida tem, às vezes, muito que ver com coisas simples." Este livro prova-o...



### Microproduções Agrícolas e Desenvolvimento Local no DOURO ~ DUERO

Artur Cristóvão, Manuel Luís Tibério e Valentín Cabero Diéguez (Coordenação), Edição Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), 2005

No âmbito do Projecto da Iniciativa Comunitária INTERREG IIIA DOURO~DUERO Século XXI, Universidades de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) e de Salamanca (USAL)

Fruto da cooperação transfronteiriça, apoiado e enquadrado pelo INTERREG IIIA e desenvolvido em parceria pela UTAD e USAL este projecto quer atacar diversas frentes: valorização dos produtos regionais; recursos naturais, ambiente e qualidade da vida; promoção do conhecimento e valorização cultural; e economia rural. Da valorização dos produtos locais nasceu este livro. O território em laboratório caracteriza-se por uma acentuada recessão demográfica, fraca densidade populacional, elevados índices de envelhecimento e agricultura local em regressão. Não obstante, as diversas produções e produtos de qualidade que abundam na região constituem um potencial para uma maior diversificação e revitalização da economia local e subsequente fixação da população. Trata-se, assim, de valorizar as microproduções locais, apoiados no entendimento das perspectivas actuais sobre o desenvolvimento agrícola e rural e cientes da utilização dos instrumentos financeiros de apoio disponíveis.

### Multifunctional Centres Rebuilding the Countryside

Rede LEADER+ da Holanda; 2006

Resultado da troca de experiências entre os GAL (Grupos de Acção Local) do programa LEADER+ da província de Flevoland (Holanda) e do distrito de Selby (Inglaterra), a publicação apresenta 12 centros multifuncionais de sucesso: sete na Província de Flevoland (Holanda) e cinco no distrito de Selby (Inglaterra). Reunindo num único edifício os chamados serviços de proximidade, e outros, comerciais, desportivos, etc., estes centros, construídos pelas pessoas, com as pessoas e para as pessoas, afiguram-se como a solução para manter vivas e coesas as comunidades rurais. A partir da experiência de sucesso destes 12 centros, a publicação dá conta dos principais passos a seguir para a sua criação. A checklist, assim como toda a publicação, encontra-se disponível *on line* em [http://www.flevoland.nl/themas/europa/leader+\\_1/MutifunctionalCentres.pdf](http://www.flevoland.nl/themas/europa/leader+_1/MutifunctionalCentres.pdf) ou [www.selbyleaderplus.org.uk](http://www.selbyleaderplus.org.uk).

### Hungarian LEADER Magazine

Hungarian LEADER Centre

Lançada em Maio, a revista da Rede Húngara LEADER+ conta já com dois números publicados. Para além de informação e notícias sobre o LEADER+, a Hungria e outros Estados-membros da União Europeia, a revista da rede húngara conta com um rubrica permanente, designada *Introduction*, destinada à apresentação dos GAL (Grupos de Acção Local) húngaros (foram aprovados 70) e estrangeiros. No primeiro número, Maio-Junho 2006, dão-se a conhecer os GAL Cikola Nemzetek Völgye (Hungria) e o GAL Westhavelland (Alemanha); no segundo (Julho-Setembro 2006) os GAL Nyugat-Völgység (Hungria) e Estuaire de la Gironde (França). Nesta última edição, fala-se ainda da troca de experiência entre os GAL Kózép-Tiszai Turizmusfejlesztési (Hungria) e Pinhal Maior (Portugal), e do primeiro seminário LEADER da Rede Húngara LEADER+, realizado entre 4 e 6 de Julho. A revista da rede húngara LEADER+ sai de dois em dois meses, em húngaro e inglês.

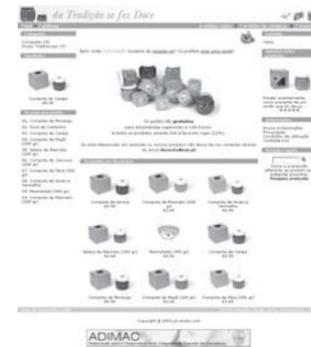
### Novos Tempos Velhas Culturas

Francisco Madruga (coordenação); Associação Cultural e Recreativa de Soutelo; 2006

Apoio Programa LEADER+/Douro Superior

A publicação de pequeno formato e cerca de 40 páginas, reúne meia dúzia de textos, de outros tantos autores, sobre o linho. Uma actividade em vias de extinção que uma associação de Soutelo (concelho de Mogadouro) - Associação Cultural e Recreativa de Soutelo - tem vindo a defender, através quer da reconstituição do ciclo produtivo do linho (por métodos artesanais), quer da participação em feiras e conferências. A organização dos textos pretende dar uma sequência lógica ao ciclo do linho, porque, "não há, nem era a nossa intenção, ter um texto único, pois são muitas as contribuições recolhidas, ao longo destes anos".

### loja.datradicaosefezdoce.com



Doce de castanha, geleia de marmelo, marmelada e compotas de... ameixa vermelha, amora, cereja, cenoura, maçã, marmelo, morango e pêra... Para adquirir estes doces ou compotas, confeccionados com fruta biológica, basta aceder à Loja virtual *Da tradição se fez doce* em <http://loja.datradicaosefezdoce.com>. A consulta do *Catálogo* permite seleccionar as variedades pretendidas (levando em conta o peso e o preço), adicionando-as, uma a uma, ao carrinho de compras. Depois de enviar o pedido, basta esperar pela doce encomenda. *Da tradição se fez doce* é uma empresa de inserção, sob a responsabilidade da ADIMAC - Associação para o Desenvolvimento Integrado de Macedo de Cavaleiros, que se dedica à produção de compotas e doces tradicionais desde Setembro de 2001.

### www.saboresdeportugal.net



A Sabores de Portugal apresenta-se com os melhores produtos da Região Oeste... A Ginginha de Óbidos, as Pêras "Patarrábia" (secas em forno a lenha e cobertas com chocolate), a aguardente da Lourinhã (DOC), os vinhos da Rota do Vinho do Oeste, o mel puro da Serra de Montejunto, entre outros licores, doçaria e peças de artesanato genuínas. Para provar e adquirir estas especialidades a solução é passar na Loja do Oeste, situada na Rua Direita, em Óbidos, ou aceder a [www.saboresdeportugal.net](http://www.saboresdeportugal.net). A Loja do Oeste é uma iniciativa da Leadeoeste - Associação para o Desenvolvimento e Promoção Rural do Oeste (entidade gestora do Programa LEADER+ na região Oeste), em parceria com a Região de Turismo do Oeste. Muitos dos produtores/fornecedores da Loja do Oeste foram apoiados pelos programas LEADER II e LEADER+. Com o Natal a chegar, a Loja acabou de lançar uma oferta de Cabazes recheados de azeitonas do Oeste.

### www.biofrade.com



A Biofrade é uma empresa de produção e comercialização de produtos de agricultura biológica sediada em Casal Frade, Lourinhã. Batata, cebola, abóbora, couves (bróculos, couve-flor, coração, lombarda), alho francês, courgette, beterraba, pimento, pepino, meloa, melancia, morangos, são as principais culturas à venda em vários pontos do país. Em Lisboa, é possível adquirir estes produtos no Mercado do Príncipe Real, todos os sábados, de manhã. Existe também a possibilidade de marcar uma visita à exploração agrícola para conhecer melhor o modo de produção e transformação biológicos da Biofrade, como os doces, 100% biológicos. Toda esta informação encontra-se disponível no site da Biofrade na Internet, que também dá conta de *Notícias* e convida ao registo da *Newsletter*.

# Azeitona de conserva Negrinha de Freixo

Tem cor verde-amarelada a negro-violácea, conforme o estado de maturação. A forma é arredondada, terminando em ligeiro bico. De consistência firme, pesa de 3 a 5 g. Fala-se da Negrinha de Freixo. Uma azeitona com fraca aptidão para azeite, mas de reconhecida qualidade para conserva.



Foto do Rosário Aranha

Negrinha de Freixo. Fruto da oliveira (*Olea europaea sativa Hoffg Link*), da variedade *Negrinha*. De cor verde-amarelada a negro-violácea, conforme o estado de maturação, forma arredondada, terminando em ligeiro bico, com três a cinco gramas de peso. De fraca aptidão para azeite, a Negrinha de Freixo (i.e., do concelho de Freixo de Espada à Cinta) é uma azeitona de reconhecida qualidade para conserva. Referem algumas monografias e outros apontamentos históricos tratar-se de uma azeitona com uma “polpa mais desenvolvida, mais carnuda e um caroço mais pequeno do que a de outras regiões do país”, sendo, por isso, a preferida das fábricas para conserva. Atributos e especificidade regionais que permitem que a Negrinha de Freixo beneficie da Denominação de Origem Protegida (DOP).

Conhecendo a história de sucesso da Negrinha de Freixo no passado – existiram pelo menos três fábricas a laborar em simultâneo no concelho de Freixo de Espada à Cinta no início do século XX –, um grupo de produtores decidiu criar a Coopafreixo - Cooperativa Agrícola de Freixo de Espada à Cinta. Lançada para o papel em 1987, a cooperativa viria, no entanto, a arrancar efectivamente só em 2000, quando as instalações ficaram concluídas.

A comercialização da Negrinha de Freixo em conserva não se revelou, contudo, um negócio de sucesso imediato. “Pensámos que a nossa azeitona era a melhor do mundo e, no entanto, não conseguíamos comercializá-la”, diz o presidente da Direcção da Coopafreixo, António Manuel Rocha Dias, adiantando que “os primeiros dois anos foram muito difíceis”.

Recordando, com alguma nostalgia, o tempo em que o Brasil era o principal mercado consumidor da Negrinha de Freixo em conserva, Rocha Dias congratula-se com as garantias dadas por um parceiro empresarial espanhol (de Cáceres) em escoar cerca de 90 por cento da produção. “Não é a melhor opção, o ideal seria conseguirmos colocar o produto directamente

no mercado nacional e internacional, mas para isso a cooperativa teria de ter recursos humanos e financeiros que não tem”.

## Apostar no saber-fazer tradicional

Partindo das características únicas da Negrinha de Freixo para conserva, que apenas atinge esta coloração em plena maturação, a aposta da Coopafreixo recaiu num processo de cura natural. Após a sua colheita, feita manualmente quando ela se apresenta de cor verde a verde-amarelada, a azeitona entra na cooperativa sem demoras. Imediatamente lavada, a azeitona inicia o seu processo de fermentação, de modo tradicional (sal e vinagre), mantendo a cor com que entrou. Posto isto, é armazenada em cubas de fibra com três metros de diâmetro, podendo aí permanecer até três anos sem perder as suas características e qualidade, desde que devidamente acondicionadas em gigantescos balões envolvidos em areia, para que a temperatura se mantenha.

Depois, à medida dos compromissos financeiros, a Negrinha de Freixo vai saindo, devidamente acondicionada, na água do tratamento, em barricas de 170 ou 340 kg. Aquela que vai para Espanha, adquire posteriormente um tom negro brilhante, por oxidação.

Outra forma, mais rápida de retirar o primeiro “amargor” da azeitona é sujeitá-la a um tratamento alcalino (soda). Apanhada verde mantém-se verde... Como diz Rocha Dias, nunca se consegue vender muito deste modo porque rapidamente a azeitona adquire o tom negro-violáceo que a caracteriza. Ainda assim, a Coopafreixo adquiriu recentemente uma máquina que, graças a uma espécie de máquina de filmar, separa a azeitona verde da negra, através de um jacto de água.

Com 200 cubas daquelas, e tendo em conta que cada uma tem capacidade para cerca de 10 toneladas de azeitona, a cooperativa de Freixo encontra-se preparada para grandes produções. De acordo com Rocha Dias, a Coopafreixo espera

este ano atingir o seu máximo, uma que vez até ao final de Setembro já deram entrada na Coopafreixo 1.600 toneladas de Negrinha de Freixo, e de boa qualidade, apesar das trovoadas de granizo que assolaram a região, esclarece. A azeitona é proveniente não só de Freixo de Espada à Cinta, como dos concelhos vizinhos: Torre de Moncorvo, Mogadouro e Vila Nova de Foz Côa. A quantidade que cada um dos associados entrega varia entre os 500 kg e as 20 ou 30 toneladas (muito poucos).

Devido às (in)esperadas dificuldades, tendo em conta a fragilidade da cultura da azeitona, fortemente condicionada pelo clima, e as necessidades dos seus associados – cerca de 600, actualmente –, a Coopafreixo decidiu apostar na produção de azeite. “Quantas vezes”, explica Rocha Dias, “as geadas inviabilizam a azeitona para conserva mas não para azeite”. Por isso, adianta, “parece-nos que o azeite vai ganhar mais relevância”. O programa LEADER+, através da Douro Superior - Associação de Desenvolvimento, apoiou a instalação do lagar. Após os primeiros ensaios, no ano passado, a cooperativa espera poder lançar já esta campanha o seu primeiro azeite, o “Senhora do Douro”.

Paralelamente, a Coopafreixo lançou também mão à amêndoa. Produto igualmente importante em Freixo de Espada à Cinta e concelhos vizinhos, que após um período de relativo abandono, goza de uma certa revitalização, devido também aos apoios à produção. Mas, também aqui, é quase certo que o mercado espanhol venha a ser o principal destino da amêndoa dos associados da Coopafreixo. Como diz Rocha Dias, “além de devermos tirar partido da nossa posição geográfica, se os nossos produtos não fossem bons, eles não compravam”.

Paula Matos dos Santos

Coopafreixo  
Poiães  
Freixo Espada à Cinta  
Telf.: 279 653668

## Ficha Técnica

### Pessoas e Lugares

Jornal de Animação da Rede  
Portuguesa LEADER+

II Série | N.º 40 - 2006

### Propriedade

INDE - Intercooperação e  
Desenvolvimento, CRL

### Redacção

INDE  
Av. Frei Miguel Contreiras, 54 - 3.º  
1700-213 Lisboa  
Tel.: 21 843 58 70  
Fax: 21 843 58 71  
E-mail: pl@inde.pt

Mensário

### Directora

Cristina Cavaco

### Conselho Editorial

Cristina Cavaco/INDE, Francisco Botelho/INDE, José António Sousa Canha/IDRHa, Luís Chaves/Minha Terra, Maria do Rosário Serafim/IDRHa, Rui Veríssimo Batista/IDRHa

### Redacção

Francisco Botelho, João Limão, Maria do Rosário Aranha, Paula Matos dos Santos

### Colaboraram neste número

Adrepes, Carlos Miguel Feijão (Douro Superior), Celeste Valente (Rude), Douro Superior, José Adriano, José Diogo, Loja Portugal Rural, Marta Alter (Monte), Tito Rosa (AGRO)

### Paginação

Diogo Lencastre (INDE), Marta Gafanha (INDE)

### Impressão

Diário do Minho  
Rua de Santa Margarida, n.º 4  
4710-306 Braga

Impresso em Novembro de 2006

### Tiragem

6.000 exemplares

### Depósito Legal

n.º 142 507/99

### Registo ICS

n.º 123 607

Os artigos assinados exprimem a opinião dos seus autores e não necessariamente a do proprietário e Conselho Editorial deste jornal.



Ministério da  
Agricultura,  
do Desenvolvimento  
Rural e das Pescas

