

**Agricultura, território e património: linguagem e práticas alimentares em Chefchaouen (Marrocos).** Partindo do trabalho de campo etnográfico realizado em Chefchaouen (Marrocos), no rescaldo da classificação da “Dieta mediterrânica” como Património Cultural Imaterial pela UNESCO (2010; 2013), este texto procura refletir sobre as transformações das práticas alimentares na região à luz das políticas agrícolas nacionais e sobre a forma como a afirmação de uma narrativa patrimonial – apresentada como um *valor* adicional – vem trazer novos usos e significados à linguagem e às práticas locais relacionadas com os consumos alimentares no território. Centrando-se no conceito de *beldi*, amplamente utilizado em contexto marroquino no sentido de qualificar positivamente os produtos alimentares sob distintos pontos de vista, procurar-se-á discutir a forma como, em Chefchaouen, este conceito acabou por substituir o de “Dieta mediterrânica”, nos discursos produzidos sobre as práticas alimentares locais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Chefchaouen; “dieta mediterrânica”; património; alimentação.

**Agriculture, territory and heritage: language and food practices in Chefchaouen (Morocco).** Based on ethnographic fieldwork carried out in Chefchaouen (Morocco), in the wake of the classification of the “Mediterranean Diet” as Intangible Cultural Heritage by UNESCO (2010; 2013), this text seeks to reflect on the transformations of food practices in the region in the light of national agricultural policies, and how the affirmation of a heritage narrative – presented as an additional value – has brought new uses and meanings to local language and practices related to food consumption in the territory. Focusing on the concept of *beldi*, widely used in Morocco to positively qualify food products from different points of view, we will try to discuss how, in Chefchaouen, this concept ended up replacing the “Mediterranean Diet” in the discourses produced about local food practices.

**KEYWORDS:** Chefchaouen; “Mediterranean Diet”; heritage; food.

JOANA LUCAS

## **Agricultura, território e património: linguagem e práticas alimentares em Chefchaouen (Marrocos)**

### **INTRODUÇÃO**

A classificação da “Dieta mediterrânica” como Património Cultural Imaterial da humanidade pela UNESCO teve, até à data, dois momentos distintos: um primeiro, em 2010, na sequência de uma candidatura transnacional apresentada por Espanha, Itália, Grécia e Marrocos; e um segundo, em 2013, por via de um pedido de reinscrição, após a inclusão de outros três países: Portugal, Chipre e Croácia. No âmbito desta candidatura cada país indicou uma cidade representativa da “Dieta mediterrânica” à escala nacional. Desta forma, as cidades representativas da “Dieta mediterrânica” dos sete países são: Chefchaouen (Marrocos); Soria (Espanha); Tavira (Portugal); Koroni (Grécia); Cilento (Itália); Kvar e Brac (Croácia); e Agros (Chipre).

Mais do que um regime alimentar assente em práticas e consumos rígidos, a “Dieta mediterrânica” classificada pela UNESCO envolve “um conjunto de competências, conhecimentos, rituais, símbolos e tradições relativas às culturas, colheitas, pesca, criação de animais, conservação, processamento, cozinha e, particularmente, à partilha e consumo de alimentos” (UNESCO, 2010). Tendo sido inicialmente enunciada nos anos 1970 por Ancel e Alice Keys,<sup>1</sup> a “Dieta mediterrânica” enquanto prática alimentar está associada a um reduzido consumo de gorduras saturadas, e a um elevado consumo de cereais, vegetais e leguminosas, o que poderá contribuir para a baixa incidência de doenças cardiovasculares entre os seus praticantes. Não obstante a sua formulação embrionariamente ligada ao campo da nutrição, atualmente as abordagens à “Dieta mediterrânica”, sobretudo a partir do campo do património, passam

1 A partir do seu “seven country study”: <https://www.sevencountriesstudy.com> (consultado a 5 de dezembro de 2023).

pela observação de práticas como o respeito pela sazonalidade dos produtos alimentares, a opção por circuitos curtos de abastecimento alimentar e a moderação no consumo de proteínas de origem animal.

Centrando-nos em Chefchaouen, ao longo deste texto procuraremos discutir a forma como as transformações espoletadas pela classificação patrimonial da “Dieta mediterrânica” têm impacto, de formas diferenciadas e assíncronas, num território marcado por uma forte dependência dos fluxos turísticos – nacionais e internacionais – mas também histórica e economicamente negligenciado no contexto nacional marroquino.

Esta discussão será feita a partir do trabalho de terreno etnográfico realizado em 2017 e 2018<sup>2</sup> em Chefchaouen e que passou, entre outras tarefas, pela identificação de pessoas e instituições ligadas à alimentação. O trabalho de campo, que decorreu nos meses de junho e julho de 2017, e nos meses de outubro e novembro de 2018, incluiu a realização de entrevistas semidirigidas a vários interlocutores ligados ao universo das práticas e dos consumos alimentares em Chefchaouen – vendedores de alimentos, donos de restaurantes, donos de mercearias, consumidores locais e turistas.

Uma terceira estadia de campo esteve prevista para maio de 2020, mas foi sendo sucessivamente adiada devido ao encerramento das fronteiras marroquinas como reação à pandemia SARS-COV-2. Durante ambas as missões de terreno (2017 e 2018) foi realizada observação participante em mercados (Souk<sup>3</sup> Beldi), que se orientou pela compra de produtos alimentares, perguntas aos vendedores, observação da clientela do mercado (género, idade), produtos adquiridos e qual a sua finalidade, observação de interações de vendedores entre si, observação de interações entre vendedores e compradores.

Paralelamente, foi também realizada observação participante em alguns restaurantes da cidade, o que significou essencialmente identificar a clientela (turistas e população local), perceber o que comiam os turistas e a população local, verificar as dinâmicas entre a clientela e os funcionários do restaurante (se pedem recomendações, se pedem informações sobre os pratos e a comida local). Além da observação participante, foram também realizadas entrevistas semidirigidas, tanto em 2017 como em 2018, a habitantes de Chefchaouen, a turistas nacionais e internacionais e a proprietários de restaurantes.

2 O trabalho de campo foi financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) através da bolsa de pós-doutoramento SFRH/BPD/108311/2015 e enquadrado, em Marrocos, pelo Centre Jacques-Berque – Études em Sciences Humaines et Sociales.

3 Termo geralmente utilizado para a designação de mercado no mundo árabe. A palavra pode ser usada para designar o mercado como um todo, um mercado especializado ou ainda a parte comercial de um bairro, por oposição a uma parte residencial (Geertz, 1979, p. 126).

O texto começará por apresentar uma breve caracterização da localidade de Chefchaouen, tendo em conta as suas dimensões demográficas, económicas, geográficas e agrícolas, que serão úteis para compreender as suas singularidades no âmbito da classificação patrimonial da “Dieta mediterrânica” junto da UNESCO. No seguimento desta caracterização serão apresentados e discutidos os modos de abastecimento alimentar da cidade, incidindo-se essencialmente no mercado bissemanal Souk Beldi e no restaurante Bab Ssour, a partir do qual se fará uma análise relativa às práticas e aos consumos alimentares locais. O texto partirá depois para uma discussão sobre o conceito de *beldi*, e da forma como este é mobilizado e apropriado, não apenas a uma escala nacional, mas sobretudo pelas populações locais em Chefchaouen, que o utilizam de forma recorrente nos seus diversos e possíveis significados. Finalmente, o texto discutirá a transformação da alimentação em património e a sua subsequente transformação em mercadoria, olhando sobretudo para o caso da “Dieta mediterrânica” junto da UNESCO, o que nos conduzirá às considerações finais que se debruçarão sobre a dimensão política e fabricada desta classificação patrimonial.

#### CHEFCHAOUEN: AGRICULTURA E TERRITÓRIO, CENTROS E PERIFERIAS

Situada no Noroeste de Marrocos, Chefchaouen está inserida na região montanhosa do Rifé, a uma altitude de 600 metros. A cidade desenvolveu-se em torno de uma medina<sup>4</sup> de cerca de dez quilómetros quadrados, cuja edificação remonta ao século xv e que, sendo totalmente pedonal, constitui a principal atração turística da cidade.

Chefchaouen é um dos territórios turísticos rurais mais emblemáticos de Marrocos, quer para o turismo internacional, quer para o turismo interno, onde se tem afirmado ao longo dos últimos anos como um dos destinos que fazem parte das preferências dos turistas marroquinos,<sup>5</sup> sendo o turismo um dos principais sectores de atividade económica da região. Conhecida como *perle bleue* (pérola azul), Chefchaouen consolidou-se como destino turístico, em grande medida, graças às características da sua medina (pitoresca, rústica e pintada de cal com pigmentos de cobalto, o que lhe confere a afamada cor), mas sobretudo devido à sua pequena dimensão, o que a transforma facilmente

4 Cidade em árabe (*madīna*), mas termo também utilizado para se referir à parte antiga das cidades magrebinas.

5 Numa lista encabeçada por Marraquexe (1.º), Agadir (2.º), Tãnger (3.º), Casablanca (4.º) e Fez (5.º) (Observatoire du Tourisme Maroc, 2015).

num lugar familiar, que pode ser percorrido com facilidade. Após a crise turística generalizada em 2020 e 2021, Chefchaouen viu aumentar o seu número de visitantes em 2022 e 2023, tendo em 2023 superado o número de visitantes pré-pandemia.<sup>6</sup>

Considerando os dados relativos ao censo realizado em 2014, a sua população compreende um total de 457 432 habitantes, estando sobretudo localizada em territórios rurais (400 007 habitantes), embora a sua topografia acidentada não favoreça o sector agrícola. Apesar de o território registar precipitações significativas, os solos permanecem desfavoráveis para a atividade agrícola, o que se alia ao baixo nível de mecanização e de irrigação em tempos secos, contribuindo para a prevalência da agricultura tradicional, em grande parte dependente das condições climáticas. O território da região de Chefchaouen, caracterizado pela existência de pequenas propriedades (90 % das propriedades agrícolas terão uma superfície inferior a 5 hectares), é dominado pela cultura de cereais (trigo e cevada), oliveiras,<sup>7</sup> figueiras e amendoeiras, e pela criação de gado caprino (*Monographie provinciale de Chefchaouen*, 2018).

Efetivamente, o relevo acidentado do território reduz consideravelmente as superfícies agrícolas úteis, pelo que a agricultura praticada o é quase exclusivamente nas encostas e vales. Desta forma, e de maneira a alargar o espaço de cultivo agrícola, os camponeses rifeños limpam a floresta e o maqui,<sup>8</sup> o que acabou por acelerar a dinâmica erosiva do subsolo (Mouna, 2010, p. 13). Não obstante, o sector da agricultura emprega atualmente cerca de 85% da população ativa da região.

A transformação das práticas agrícolas em Marrocos, e mais concretamente na região do Rife, não é um processo recente. Se em Marrocos, território de paisagens heterogéneas, a agricultura moderna apenas se desenvolveu de forma categórica nos terrenos planos que se encontram junto à costa atlântica, será adequado afirmar que a agricultura tradicional, que se praticava no resto do país, se tem vindo a deteriorar gradualmente. A presença colonial francesa em Marrocos (1912-1956) e as suas políticas agrícolas, a pressão demográfica e a falta de investimento estatal são apontadas como os principais fatores deste definhamento (Swearingen, 1988; Davis, 2006). Mas se tivermos

6 Um total de 89 677 noites de janeiro a junho de 2023, contra 51 780 noites de janeiro a junho de 2019. Ver *Statistiques sur le tourisme au Maroc*, 2023), <https://www.observatoiredu-tourisme.ma/wp-content/uploads/2023/03/TDB-NAT-JANVIER-2023.pdf>, acessido a 9 de janeiro de 2024.

7 A oliveira assume-se como a principal cultura da região, ocupando 77% da superfície arbórea (Ater, 2017).

8 Vegetação de arbustos densos, característica das regiões mediterrânicas.

em consideração as características específicas do território do Rife, facilmente perceberemos que as políticas coloniais – na tentativa, por exemplo, de transformar Marrocos no celeiro de França (Swearingen, 1988) – não chegaram ali a fazer-se sentir, nem a ter impacto na agricultura tradicional de subsistência que ainda hoje se pratica.

Não obstante, os efeitos da globalização começaram a fazer-se sentir cedo neste território, não tanto pelos seus impactos ao nível dos consumos e das práticas alimentares, mas, sobretudo, pelos fluxos de turistas que a possibilidade de democratização da viagem fez ali chegar. Para além dos fluxos turísticos, outros fluxos mais antigos e menos lícitos já se faziam sentir na região, responsáveis pela transformação gradual do Rife na zona principal de plantação e produção de *kif*<sup>9</sup> (nome local usado para designar a canábis), uma quase monocultura regional, altamente lucrativa e responsável, em grande medida, pelo abandono de outras práticas agrícolas menos rentáveis (Mouna, 2010).

O enclave geográfico e a situação de abandono a que as populações do Rife foram historicamente sujeitas (Vignet-Zunz, 2014) levaram a que, a partir dos anos 1960, estas se tenham confrontado com duas possibilidades com vista à melhoria das suas condições de vida: a emigração para países europeus (Laazar, 1987); ou a dedicação a atividades clandestinas (embora lucrativas) como a cultura do *kif* e a sua transformação em resina (Mouna, 2010). A segunda opção levou, para muitos que outrora se dedicavam à agricultura, a um contacto com o mercado global da canábis.

Efetivamente, o território do Rife, pelas características geográficas que apresenta – uma região montanhosa, onde as parcelas de terreno são de pequena dimensão – não foi objeto nem das políticas coloniais francesas de produção de cereais de forma massificada, nem da que se lhe seguiu em território nacional marroquino: a produção de árvores de fruto (essencialmente citrinos)<sup>10</sup> e de vegetais para exportação, assente numa política de irrigação intensiva, tal como refere Swearingen (1988, p. 360):

From the ashes of Morocco's wheat policy, a new agricultural policy gradually emerged during the 1930's. Based on irrigation, it was oriented toward the export of citrus and early vegetables. This policy has essentially continued intact to the present.

9 A canábis foi cultivada em Marrocos a partir do século vii, quando imigrantes árabes chegaram à região do Rife, no Norte do país. O cultivo de canábis permaneceu esporádico até ao final do século xix, principalmente para autoconsumo, embora parte da produção fosse vendida noutras regiões do reino (El Omari e Toufiq, 2008).

10 Marrocos era, em 1986, o segundo país no mundo no que dizia respeito à exportação de laranjas. Em 2019 encontrava-se em 11.º lugar, numa lista encabeçada pela Espanha.

Tanto as características do território como a pressão a que este tem estado sujeito ao longo das últimas décadas, nomeadamente a pressão para a produção de canábis, têm provocado consideráveis alterações nos hábitos e nos consumos alimentares das populações locais. Mas as lógicas a que estas políticas estão sujeitas estão, como tudo, em permanente mutação. No rescaldo da nova ordem neoliberal, a nova ordem patrimonial tem vindo igualmente a conquistar o seu espaço, ao atribuir valor ao que é local, ancestral e tradicional, o que se traduz, em Chefchaouen e no seu território, numa valorização das práticas agrícolas de subsistência, de raiz agro-silvo-pastoril, que estão inseridas nesta particular geografia.

### O MERCADO E O RESTAURANTE: OS LUGARES DA ALIMENTAÇÃO EM CHEFCHAOUEN

#### O SOUK BELDI

Todas as manhãs de segunda e quinta-feira, a *medina* de Chefchaouen ganha um alvoroço suplementar. A pequena cidade, habituada a receber turistas quase todo o ano, enche-se igualmente de vendedoras de frutas e legumes, bem como de outros produtos alimentares da sua produção.

Recentemente reintroduzido no quotidiano das populações locais, o mercado de venda de produtos alimentares inunda as pequenas ruas perto de Bab Souk.<sup>11</sup> Mulheres de várias idades expõem no chão, em cima de plásticos ou de panos, produtos alimentares para vender na cidade,<sup>12</sup> na sua grande maioria oriundos dos territórios agrícolas circundantes, nas quais possuem pequenas parcelas de terreno. A requalificação deste mercado, presentemente conhecido como *Souk Beldi*, passou pela mudança do seu nome através da adição da palavra *beldi* – cuja panóplia de possibilidades de significação discutiremos mais à frente – e surge no rescaldo da classificação atribuída pela UNESCO à “Dieta mediterrânica” como Património Cultural Imaterial (PCI) da humanidade.

A afirmação de Marrocos como um grande território de produção agrícola, abundante e autossuficiente é uma ideia que dificilmente se pode aplicar à região montanhosa do Rife. A fraca produção de cereais no território faz com que os mesmos raramente cheguem aos mercados locais, já que nunca constituem um excedente de produção que possa ser dispensado. As práticas agrícolas que remontam a um período de escassez e fome

11 Literalmente: a porta do mercado.

12 Essencialmente produtos agrícolas sazonais, e em pequena quantidade, tais como cebolas, curgetes, tomates, beringelas, pimentos, figos-da-india, de acordo com a estação do ano. Por vezes também são vendidos produtos de origem animal como ovos e leite.

– entre 1940 e 1947<sup>13</sup> – pautam-se por trocas comerciais entre agricultores locais, sendo que é a partir dos anos 1950 que o *souk* de Chefchaouen começa a sofrer algumas alterações.<sup>14</sup>

O consumo alimentar do que vinha “de fora” sempre foi ali praticado. Produtos como o açúcar e o peixe, ou cereais e laranjas que vinham do Sul do país, integravam – consoante as possibilidades económicas e a escassez ou abundância destas mercadorias – as práticas alimentares locais. A progressiva dissolução do *souk* de Chefchaouen – porque não existiam excedentes de produção local para serem vendidos a terceiros, porque as trocas comerciais deixaram de ser interessantes na perspetiva

da autossuficiência alimentar ou porque, invariavelmente, todos produziam sensivelmente as mesmas coisas – levou à dinamização de outros mercados, não dependentes das produções agrícolas locais, que acabaram por encontrar recetividade na região.

De facto, nas últimas décadas, e tendo em conta a diminuição da produção agrícola no território e a subsequente extinção do *souk* de Chefchaouen, os habitantes locais tinham dois lugares principais para o seu abastecimento alimentar, ambos compostos por grossistas não produtores: o mercado central em Dmoumen, aberto durante toda a semana, e um mercado semanal, o Souk Al Amal, no qual eram vendidos todos os tipos de produtos, tanto oriundos da região quanto de outras partes do país. A produção local deixou, durante

FIGURA 1  
*Souk Beldi*, Chefchaouen.



Julho de 2017, fotografia da autora.

13 O drástico racionamento de produtos alimentares entre 1940 e 1947 ficou conhecido como o período de “Aâm El Boun”: após a derrota da França em 1940, durante a II Guerra Mundial, esta valeu-se dos recursos agrícolas das suas colónias, incluindo Marrocos, tendo dado início a uma política de racionamento alimentar (Bensoussan, 2012).

14 Realizando-se tradicionalmente às segundas e sextas-feiras, passa, a partir da década de 1950 a realizar-se às segundas e quintas-feiras, mudando igualmente de localização da zona de Bab Souk para a praça central de Chefchaouen – a praça Utta Al Hammam.

algum tempo, de ser percebida como útil ou válida, privilegiando-se, na ótica do consumidor, o acesso a produtos alimentares diversificados e provenientes de diversas regiões do país.

Não obstante, a globalização, apesar de tentacular, não chega da mesma forma a todo o lado: Chefchaouen continua a ser, na cartografia nacional marroquina e no mapa-mundo, um lugar isolado, um enclave nas montanhas do Rife, pitoresco o suficiente para que justifique uma visita turística, mas não, por exemplo, a instalação de uma superfície comercial de média/grande dimensão: Chefchaouen não tem, até hoje, nenhum supermercado. Certamente, a sua reduzida densidade populacional será também responsável por esta ausência, assim como o fraco poder de compra local, tal como é referido por Codron *et al.* (2004, p. 592) sobre a distribuição deste tipo de superfícies no contexto nacional marroquino:

In Morocco, the rise of hyper/supermarkets is still limited to the rich or middle-class neighborhoods of Casablanca, and the other large cities, Rabat, Marrakesh, Fez, Agadir, and Tangiers, where consumers are more aware of international trends, possess higher disposable incomes, and have automobiles to access large warehouse-sized stores. Middle and upper-middle-income shoppers are drawn to these larger stores, especially if they provide imported and specialty items, previously only available at small specialty shops or acquired when travelling abroad.

A reativação do *souk* de Chefchaouen surge, então, no rescaldo da classificação da “Dieta mediterrânica” e passa, simbolicamente, por mudar a sua designação para *Souk Beldi*, o que entra assim em linha com dois fenómenos distintos, mas que se alimentam mutuamente: 1) uma crescente e disseminada valorização dos produtos alimentares biológicos, saudáveis e de produção local – *beldi* – percebidos como inerentemente “bons”; 2) e a inclusão de Chefchaouen na candidatura transnacional da “Dieta mediterrânica” que, após a sua validação pela UNESCO, necessita de concretizações palpáveis à escala local, que possam ser apresentadas como “efeitos” da classificação patrimonial.

Esta reativação foi, no entanto, revestida de algumas mudanças relativamente ao modelo “tradicional” do *souk*: 1) não voltou a realizar-se na praça central (Utta Al Hammam), mas sim na sua localização pré-1950, mais perto dos acessos à *medina* e em pequenas ruelas;<sup>15</sup> 2) procedeu-se a uma feminização do mesmo, incentivando a que fossem as mulheres as protagonistas das

15 A praça Utah Al Hammam é, atualmente, lugar de confluência e permanência dos turistas que se movimentam pela localidade, dispondo de inúmeras esplanadas, cafés e restaurantes.

vendas e transações comerciais,<sup>16</sup> ao contrário do que era observado anteriormente (Merlo e Alami, s. d.).

Aqui, o contacto direto com os produtores agrícolas e o encurtamento dos circuitos entre o produtor e o consumidor final são percecionados como constituindo uma mais-valia do ponto de vista do consumo alimentar. Uma outra das vantagens do consumo no *Souk Beldi* é, sem dúvida, o preço dos produtos. Se, tal como é referido por Jazi (2014, p. 217), um dos principais obstáculos ao consumo de produtos biológicos pelos consumidores marroquinos é o preço dos mesmos, no *Souk Beldi* esse obstáculo surge matizado, já que todos os produtos que ali se encontram são percecionados como biológicos, apesar de não ostentarem qualquer rótulo ou certificação externa.

#### O RESTAURANTE BAB SSOUR

Em outubro de 2018, alguns dias depois de estar instalada em Chefchaouen, e após fazer um breve inventário relativo aos restaurantes existentes na cidade, pude constatar que poucos se desviavam do reportório mais convencional que se associa à gastronomia marroquina, reificando a ideia de pratos nacionais que, embora contestada (Hubert, 2000), é todavia operativa, sobretudo quando se trata de uma oferta especialmente destinada ao sector do turismo. A ideia de uma gastronomia marroquina fortemente tipificada e transversal, na qual existe pouco ou nenhum espaço para nuances regionais e recriações locais, é, na esfera da restauração mais popular,<sup>17</sup> o padrão da oferta nacional, ao qual é difícil escapar na esfera pública.

Foi por isso sem grande espanto que, após diversas demandas por comida “de Chefchaouen”, me indicaram recorrentemente os mesmos restaurantes que figuram nos guias turísticos e que oferecem, invariavelmente, o mesmo reportório: *couscous*, *tajine*<sup>18</sup> e carnes grelhadas. Uma manhã, após a incursão numa loja de “produtos locais” onde iniciei conversa com o vendedor, surgiu, pela primeira vez, a referência ao restaurante Bab Ssour, apresentado como verdadeiro bastião da gastronomia local, frequentado por habitantes locais e sinónimo, também para estes, de “autenticidade”.

16 A feminização do Souk Beldi está em consonância com algumas políticas de visibilização de mulheres a partir da esfera patrimonial, enquanto agentes privilegiadas para a sua salvaguarda (UNESCO, Gender Equality: Heritage and Creativity, 2014; <https://ich.unesco.org/doc/src/34300-FR.pdf>, acessido a 9 de janeiro de 2024. Estas vendedoras distribuem-se, no espaço físico do mercado, por afinidade de origem e pertença (tribo, clã, vila) e por grupo familiar.

17 Não falaremos aqui de uma restauração mais ligada ao conceito de gourmet e destinada a turistas e populações locais com algum poder de compra.

18 Trata-se de um estufado, cozinhado no recipiente que lhe dá o nome – a *tajine* –, geralmente de barro e coberto por uma tampa cônica.

Nesse mesmo dia fui almoçar ao Bab Ssour. O restaurante estava cheio: muitos turistas japoneses, alguns marroquinos – homens, sozinhos –, uma ou outra mesa com casais de turistas franceses ou americanos. Rapidamente percebi quem era o dono: Said circulava de mesa em mesa, falando com os clientes, dedicando especial atenção aos pequenos grupos de turistas japoneses que se faziam acompanhar por guias locais. Apresentei-me e disse ao que vinha, que gostava de marcar uma conversa com ele sobre o restaurante e as suas percepções quanto à existência de uma gastronomia específica de Chefchaouen. Agendámos uma conversa para essa mesma tarde, que teve lugar no terraço do restaurante.

Fui ter com Said na sua pausa entre os almoços e os jantares, sendo que, ao longo da conversa, que durou um bom par de horas, fomos sendo recorrentemente interrompidos por empregados do restaurante, ou fornecedores, que lhe iam dar comida a provar ou levar um frasco de mel ou uma compota. Said revelou-se um extraordinário relações-públicas, não só do seu restaurante, mas de toda uma ideia de práticas alimentares locais da região de Chefchaouen. Esta é, em boa verdade, a sua militância: promover a gastronomia local que, no seu entender, é composta apenas de produtos autóctones e práticas ancestrais. Segundo Said, a legitimação dessas práticas alimentares foi operada precisamente a partir da classificação da “Dieta mediterrânica” pela UNESCO, o que considera ser um rótulo como qualquer outro. O que lhe interessa é a valorização e o reconhecimento de uma “identidade alimentar” que, no seu entender, existe na região. Essa “identidade alimentar” passa, por exemplo, pela sábia gestão dos recursos naturais, nomeadamente em relação à sazonalidade dos produtos e pelo conhecimento das suas múltiplas possibilidades de utilização, reciclando-os e aproveitando os alimentos como um todo, não rejeitando as suas folhas, caules e raízes.

Para além da validação dos modos de fazer ligados à alimentação enquanto algo “ancestral”, Said vai ainda mais longe ao referir a existência de um paladar ou de um gosto específico por parte das populações locais – ligado aos consumos alimentares – que seria, na sua opinião, o resultado de uma confluência única de heranças culturais diversas: a andaluza, a berbere e a árabe. Esta naturalização do gosto/paladar como algo intrínseco às populações locais é um aspeto transversal ao discurso de Said, e acaba, no fundo, por legitimar toda a ideia de uma identidade ou de um património alimentar pré-existente, que sustentariam – finalmente – a sua tradução em algo classificável ou, pelo menos, meritório de distinção patrimonial.

Neste sentido, o restaurante que gere, e ao qual gosta de se referir como o “único que representa as tradições e práticas culinárias da região”, tem essa dimensão militante de divulgação das gastronomias locais, mas, sobretudo, de

legitimar uma ideia de práticas alimentares menos descortináveis – no sentido de não serem *mainstream* nem pertencerem à esfera turística – que Said afirma vir de certa forma resgatar, dando voz e lugar (e emprego) aos seus representantes e transmissores.

No seu restaurante, ao qual a palavra *beldi* surge quase sempre agregada,<sup>19</sup> o principal mote passa por valorizar as práticas alimentares tradicionais da região, mobilizadas para a cozinha do Bab Ssour e transformando Said numa espécie de agente da preservação e divulgação das práticas alimentares ancestrais na “era da *fast food*”.<sup>20</sup>

Ser *beldi* é, neste contexto, uma espécie de prolongamento de uma ideia de tradição e de autenticidade, que encontra na linguagem do património uma legitimidade acrescentada. É de referir que, em nenhum momento, no seu recém-publicado livro, no Restaurante Bab Ssour ou no discurso que mobiliza para os clientes do seu restaurante, é feita qualquer referência à “Dieta mediterrânica”, à UNESCO ou à inclusão de Chefchaouen nessa cartografia patrimonial oficial e “autorizada”. Aqui, o que é percebido como *valor* não é o património cultural imaterial caucionado pela UNESCO, mas sim uma ideia de um património genético previamente existente, que não é traduzível pelo conceito de “Dieta Mediterrânica”, mas antes, e sobretudo, encontrando eco e ressonância numa ideia mais aproximada à de *terroir*.<sup>21</sup>

O rótulo de *beldi*, estando claramente ligado a uma ideia de território (precisamente como em *terroir*), encontra aqui ancoragem na dimensão patrimonial da alimentação, e na possibilidade de transmissão das memórias associadas às práticas alimentares, na tentativa de vivificar, legitimando-a, a proclamada dimensão de “património genético” ligado ao paladar. Foram os encontros com Said, e as conversas e reflexões que daí decorreram, que constituem aqui

19 Na sua página web, bem como em diversos locais de promoção, o restaurante surge referido como Restaurant Beldi Bab Ssour ([www.babssour.com](http://www.babssour.com)).

20 Excerto retirado do livro de receitas entretanto concebido por Said, para já apenas disponível em versão digital, que foi divulgado em 2019. O livro reúne uma compilação de receitas apresentadas como originárias “de Chefchaouen”, muitas das quais são preparadas no seu restaurante. No livro escreve-se que “this book is a gift to the Moroccan citizen and all citizens of the world so as to participate in preserving this valuable heritage from vanishing and introducing it to the world” (Bakkali Said, 2019, p. 3).

21 Conceito vastamente discutido e problematizado pela antropologia da alimentação nas últimas décadas e que se traduz, em linhas gerais, na associação de um produto alimentar a um território ou a um lugar específico, criando um vínculo e uma conexão identitária entre ambos. Apesar de o conceito de *terroir* ter sido mais comumente associado ao universo vinícola, há muito que a sua influência se estendeu a outras esferas da gastronomia e dos consumos alimentares. Para uma leitura mais aprofundada sobre as questões levantadas pelo *terroir* ver, por exemplo, os trabalhos de Thomas Parker (2015) e Amy Trubek (2008).

o mote para pensar em alimentação, património e território centrando-nos, num primeiro momento, na apropriação e utilização do conceito de *beldi*.

### **BELDI: USOS E LINGUAGENS A PARTIR DE CHEFCHAOUEN**

Ser *beldi* significa, numa leitura mais imediata e enraizada no léxico local, aquilo que é “da terra”, aquilo que é “local”, por oposição ao que vem “de fora”, aquilo que é “estrangeiro” (*roumi*). Outras leituras mais recentes<sup>22</sup> associam igualmente a palavra *beldi* ao que, sendo “da terra” é, por inerência, “biológico” ou ainda “saudável”. Tomando ambas as leituras e as suas implicações, é efetivamente esta a palavra – *beldi* – a que melhor se coaduna com o entendimento local relativo às práticas e aos consumos alimentares que são “valorizados” e, inerentemente, “bons”.

A mobilização do conceito de *beldi* para o plano das práticas alimentares não é algo exclusivo de Chefchaouen; ela tem vindo a acontecer em Marrocos, de forma disseminada, numa aproximação muito imediata ao que em francês se convencionou denominar como *terroir*. Para Romain Simenel (2010), esta aproximação ao conceito francês de *terroir* faz-se, contudo, sem a condição de uma dimensão de endogeneidade e, sobretudo, enquanto ferramenta discursiva no contexto de políticas de desenvolvimento sustentável num contexto global. No entanto, acreditamos que em Chefchaouen, e no seguimento de uma classificação da “Dieta mediterrânica” geograficamente ancorada, a dimensão de endogeneidade foi sendo incorporada como mais uma das valências do conceito de *beldi* e, sobretudo, uma valência que só ganha ao ser traduzida (ou verificada) localmente.

Assim, assistimos a uma multiplicação (ou a uma condensação) das leituras e dos sentidos que são mobilizados a partir do conceito de *beldi*: ele traduz simultaneamente algo que é “da terra”, algo que é “saudável” ou “biológico” – por ser da terra – e algo que é “inerentemente bom” quando associado a práticas e a consumos alimentares.

Em Chefchaouen, a polissemia transportada pelo conceito de *beldi* é mobilizada de diferentes formas e a partir de diferentes lugares, mas é assumidamente esta, como veremos mais à frente, a linguagem utilizada no quotidiano, e a que convoca e mobiliza em maior escala interlocutores diversificados no contexto local.

Aqui, e de forma distinta daquela percecionada por Isabelle Jabirot (2015), as utilizações do termo *beldi* não são pensadas em termos de oposição – *beldi versus roumi* –, mas antes a partir de uma projeção do que é produzido localmente

22 Por exemplo: Graf (2016).

e a partir de uma escala familiar, e que pode ser consumido enquanto “valor” patrimonial (e do território), valor esse que, não obstante, não encontra ressonância na ideia vaga e difusa de “Dieta mediterrânica”.

Se é verdade que a inscrição patrimonial – ou a vinculação patrimonial – de Chefchaouen com a “Dieta mediterrânica” se fez sem o envolvimento das populações e sem uma discussão alargada sobre a forma como as práticas alimentares locais se articulam com os pressupostos da “Dieta mediterrânica”, o mesmo não se pode afirmar relativamente ao cenário pós-classificação patrimonial.

Efetivamente, a apropriação de uma ideia de património tem-se vindo a processar fora das esferas institucionais, por sectores da população que não compõem o grupo das elites locais, mas que, reconhecendo o potencial de atração do património enquanto *valor* acrescentado, o vão moldando, adaptando e recortando de acordo com os seus próprios interesses e perceções sobre as práticas e os consumos alimentares da região.

Tal é observável, por exemplo, no terreno da atividade turística, no qual a utilização da palavra *beldi* para promover produtos alimentares, ou ementas para consumo turístico, é visível um pouco por toda a cidade, apesar de o ser a partir de distintas leituras e interpretações da própria ideia de *beldi* que, como vimos atrás, se presta a essa polissemia. Aqui, não apenas restaurantes como o Bab Ssour se autoproclamam *beldi*, no sentido de reivindicarem a legitimidade das ementas que propõem à sua clientela enquanto endógenas da região, como também outros estabelecimentos da área da restauração passaram a acrescentar a palavra *beldi* aos seus menus como sinónimo de algo “da terra”, específico daquele território em questão. A obsessão contemporânea com uma alimentação saudável é, muito provavelmente, um fenómeno que, sendo global, começa também a ser socialmente transversal, manifestando-se em diversos contextos sociais e geográficos.

A valorização de uma ideia de ruralidade, idealizando-a romanticamente, vem inverter os valores atribuídos ao campo e à cidade, classificando as práticas – sobretudo as práticas alimentares – ligadas ao campo, à terra e à proximidade que com eles mantemos, em algo inerentemente “bom”. Esta noção de “bom” é, na sua utilização mais expressiva, algo que nos remete para as ideias de “saudável”, de “benéfico para a saúde”, e é, finalmente, motor de todas as aproximações a uma ideia de idílio rural: o campo e, por conseguinte, os alimentos lá produzidos, que nos vão ajudar a termos uma alimentação benigna e sadia, o que, por sua vez, transforma os nossos corpos em “corpos saudáveis”.

## O PATRIMÓNIO E OS SEUS MERCADOS

As potencialidades da transformação da alimentação em património, no sentido da sua mercadorização ou *valorização* no plano turístico ou do seu equivalente enquanto símbolo identitário de um lugar/região, não são uma descoberta recente. Apesar de só figurar na lista de Património Cultural Imaterial da UNESCO a partir de 2010,<sup>23</sup> a literatura sobre alimentação e património, ou sobre mobilizações locais para a associação de pratos ou ingredientes a uma determinada cidade/região, precede largamente a reflexão sobre os fenómenos de validação da alimentação enquanto património através da UNESCO (Van Esterik, 2006).

A tradução ou a valorização do que é patrimonializável através da sua inscrição numa lista, tal como é referido por Hafstein (2009), leva a que a entrada na “lista” passe a ser não apenas um “valor” como também a ambição última da participação no “festim” patrimonial. No entanto, e apesar de a discussão que aqui tem lugar partir de um património alimentar classificado pela UNESCO – a “Dieta mediterrânica” –, é de salientar que a grande maioria dos processos ou dos movimentos postos em marcha para a transformação de práticas e consumos alimentares em património se faz em contextos e escalas bastante mais microscópicos, operando quase sempre à escala da nação, e a partir de uma articulação bastante estreita com a promoção turística de uma região ou cidade, tendo em conta as suas especificidades alimentares que seriam, muito claramente, *dotadoras* de identidade.

Assim são os casos discutidos por diversos autores na obra coletiva editada por Brulotte e Di Giovini (2014), ou ainda naquela editada por Lum e de Vayer (2016) nas quais, entre dezenas de exemplos de patrimonializações alimentares – em curso ou já formalizadas –, apenas dois casos dizem respeito a situações com intervenção da UNESCO. Paralelamente, existe também uma abundante literatura sobre a relação da alimentação com o turismo, ou melhor, sobre a alimentação enquanto recurso turístico, terreno de discussão que, tendo sido abordado cuidadosamente por Long (2004), tem vindo a produzir inúmeras reflexões nas últimas décadas, como por exemplo aquelas expressas no volume editado por Sloan, Legrand e Hindley (2015), mas também por Cohen e Avieli (2004), entre outros autores.

23 A convenção da UNESCO para o Património Cultural Imaterial foi assinada em 2003, tendo a inscrição de elementos como PCI começado em 2008. Em 2010, a alimentação faz a sua entrada nesta lista através da inscrição da “Dieta mediterrânica” (Espanha, Itália, Grécia e Marrocos); da “Refeição gastronómica dos franceses” (França); da “Cozinha tradicional mexicana – cultura comunitária ancestral e contínua, o paradigma de Michoacán” (México); e do “Ofício do gingerbread do Norte da Croácia” (Croácia).

Mas regressando à UNESCO, e considerando o processo de criação patrimonial como uma curadoria (Kirshenblatt-Gimblett, 2004), a ideia de que os processos de patrimonialização obedecem a lógicas de *bottom-up* pode revelar-se manifestamente romantizada. O caso da classificação da “Dieta mediterrânica” é disso um bom exemplo: a ideia de que o património antes de o ser já o era, o que não foi, na verdade, o caso que observámos em Chefchaouen. Não obstante, e porque, precisamente, nos deixa esse alerta, esta classificação pode ser-nos útil para pensarmos a forma como os patrimónios são criados, recriados ou até mesmo inventados, e quais os espaços que existem – em branco e por preencher – que lhes podem (ou não) dar corpo e sentido.

Aqui, um dos aspetos interessantes que o trabalho de terreno em Chefchaouen veio revelar prende-se precisamente com a dificuldade em definir e categorizar finalmente o que é, ou qual será a tradução para as populações locais, a “Dieta mediterrânica”. Neste sentido, também a candidatura submetida à UNESCO em 2010 é cautelosa no que se refere a definições da “Dieta mediterrânica”, colocando a ênfase nas “práticas” – sazonalidade, comensalidade, proximidade – e não nos ingredientes ou num receituário específico.

Desta forma, e quando pensamos precisamente na classificação patrimonial da “Dieta mediterrânica” pela UNESCO, o espaço foi deixado em branco para as construções locais desse mesmo património, ou mesmo para a conversão em património – *ad hoc* – de práticas alimentares que não eram percecionadas como elementos “patrimonializáveis”. É, pelo menos, este o cenário que observamos em Chefchaouen.

Chefchaouen é o caso acabado de uma localidade que aceita encabeçar uma candidatura em nome de um país (Marrocos) e cujas razões para a sua escolha podem ser inúmeras e válidas – a sua localização geográfica aproximada ao mar Mediterrâneo, o seu carácter de cidade turística, a sua dimensão multiétnica e multilinguística –, mas que obedece a lógicas meramente estratégicas no quadro das políticas nacionais e internacionais.

Assim, a classificação da “Dieta mediterrânica” ancorada em Chefchaouen é o exemplo de um processo de patrimonialização enviesado, que se faz de cima para baixo e que, sendo mobilizada como o invólucro para uma ideia de património alimentar, viu-se compelida a participar na sua conceptualização, dando corpo e sentido a um conjunto de práticas alimentares que, existindo previamente, não eram pensadas e vividas como constituindo práticas da “Dieta mediterrânica”, ou mesmo inseridas geograficamente no contexto mediterrânico. Neste sentido, a conversão patrimonial, ou a construção local de um património alimentar pós-intervenção da UNESCO, fez-se, apesar de tudo, dentro da comunidade, mas fora das instituições que para tal foram designadas (ou, melhor dizendo, financiadas).

Mas o mais interessante de todo este processo talvez seja mesmo perceber a partir de que referentes é que é feita essa conversão patrimonial. Ou seja: trata-se aqui de transformar práticas alimentares pré-existentes em património e, em última análise, em mercadoria, em bens ou produtos que possam ser consumidos e vendidos, idealmente para fins turísticos. No entanto, e o que a etnografia nos releva, é que esta conversão não é feita a partir dos referentes da “Dieta mediterrânica” sendo, afinal, outros os referentes que melhor integram e contextualizam as linguagens, as práticas, os ideais e os desejos locais relativos aos consumos alimentares. Aqui, como acabámos de ver, é a ideia de *beldi* e os significados e sentidos que transporta enquanto conceito que são incorporados como sendo constituintes das práticas alimentares locais e, em última análise, que as definem.

Voltando agora a Said e ao seu restaurante: é precisamente essa a narrativa que mobiliza e que transforma em *valor*, incorporando o discurso da vida saudável e dos consumos alimentares saudáveis, que advém da possibilidade de ter acesso ao que é vendido no Souk Beldi, produzido pelos agricultores locais nos seus pequenos terrenos agrícolas. Aqui, a grande vantagem que é percebida por Said em relação aos consumos alimentares, que têm origem no Souk Beldi, tem precisamente que ver com a sua dimensão biológica e com as suas qualidades intrínsecas enquanto valências de uma alimentação “natural” e “boa”, sem químicos e outros malefícios da alimentação produzida “em massa”.

A tónica não é colocada nos circuitos curtos, atualmente na ordem do dia, como exemplo de consumos alimentares sustentáveis e ecológicos, mas sim na ideia de uma tradição alimentar pré-existente aliada a um discurso que mobiliza a dimensão de autenticidade dos consumos e dos saberes locais, e também, fundamentalmente, na possibilidade de viabilizar a perpetuação de uma linhagem cultural (e genética) de práticas e saberes alimentares.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este texto procurou discutir o processo de patrimonialização da “Dieta mediterrânica” e o facto de, nesse caso particular, ele não ter partido das comunidades locais, mas sim das instituições locais e das suas redes de relações, que são simultaneamente circunstanciais e discricionárias.

O que o trabalho de campo realizado em Chefchaouen parece indicar é a necessidade de criar sinónimos operacionais para uma ideia de “Dieta mediterrânica” – que não fazia (e não faz ainda) parte do léxico local (até porque, em Marrocos, a ideia de pertença ao Mediterrâneo não é evidente) – encontrando sinónimos à escala local que, neste contexto, incluem a crescente valorização dos produtos locais e uma ênfase na ideia de *beldi*, nas suas diferentes

mas complementares leituras, que servem não só o virtuosismo da importância do lugar (Trubeck, 2008) como a pacificação das consciências individuais e coletivas no que respeita ao consumo alimentar (tradicional, responsável, sustentável, ecológico).

À escala local e/ou nacional – em Chefchaouen como em Marrocos –, a “Dieta mediterrânica” não existe como um conjunto coerente de produtos, práticas alimentares e ingredientes, de forma coesa e hegemónica. A “Dieta mediterrânica”, na sua conversão em património, teve de ser – e continua a ser – inventada localmente. Era necessário relacionar o património, cunhado pela UNESCO, com as realidades locais, de modo a criar uma ligação entre produtos, ingredientes, práticas e território.

Se é verdade que a inclusão de Chefchaouen na “Dieta mediterrânica” foi feita sem o envolvimento da comunidade e sem uma discussão alargada sobre o modo como as práticas alimentares locais se articulavam com os pressupostos da “Dieta mediterrânica”, o mesmo não se pode dizer do que aconteceu depois. De facto, e de acordo com o que foi observado no terreno, a apropriação de uma ideia de património tem vindo a ocorrer fora das esferas institucionais, por setores da população que não fazem parte dos grupos de elites locais, mas que, reconhecendo o potencial da alimentação como mercadoria e como valor adicional à atração turística, a moldam, adaptam e reformulam de acordo com os seus próprios interesses e perceções das práticas e dos consumos alimentares locais.

Isto é visível, essencialmente, no campo da atividade turística, em que o uso da palavra *beldi* para promover produtos alimentares, ou ementas para consumo turístico, é visível por toda a cidade, apesar das diferentes leituras e interpretações da própria ideia de *beldi*, que, como vimos anteriormente, se presta a esta polissemia.

Apesar do peso e dos formalismos processuais de uma instituição como a UNESCO, este texto procurou demonstrar e refletir sobre a forma como o património – e os discursos que o geram – pode ser plástico e moldável à dimensão local e à escala do cidadão comum. Em Chefchaouen, este valor está associado às múltiplas valências do conceito de *beldi*, esvaziando um eventual discurso patrimonial associado à “Dieta mediterrânica”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATER, M. (2017), "Agrodiversity in the traditional agrosystems of the Rif mountains (north of Morocco)". *Biodiversity*, 9 (1-2), pp. 78-81.
- BAKKALI, S. (2019), "The peculiarities of Chefchaouen's cooking", Chefchaouen, edição de autor.
- BENSOUSSAN, D. (2012), *Il était une fois le Maroc: témoignages du passé Judéo-Marocain*, Montreal, Les Éditions du Lys.
- BRULOTTE, R.L., DI GIOVINNI, M. (2014), *Edible Identities: Food as Cultural Heritage*, Londres, Routledge.
- CODRON, J.-M., BOUHSINA, Z., FORT, F., *et al.* (2004), "Supermarkets in low-income Mediterranean countries: impacts on horticulture systems". *Development Policy Review*, 22 (5), pp. 587-602.
- COHEN, E., AVIELI, N. (2004), "Food and tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), pp. 755-778.
- DAVIS, D.K. (2006), "Neoliberalism, environmentalism, and agricultural restructuring in Morocco". *The Geographical Journal*, 172 (2), pp. 88-105.
- EL OMARI, F., TOUFIQ, J. (2008), "Le cannabis au Maroc: historique et épidémiologie". In E. Streef, L. Chinet (dir.), *Cannabis: approches thérapeutiques contemporaines*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, pp. 137-146.
- GEERTZ, C. (1979), "Suq: the bazaar economy in Sefrou". In C. Geertz, H. Geertz, L. Rosen, *Meaning and Order in Moroccan Society. Three Essays in Cultural Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 123-314.
- GRAF, K. (2016), "Beldi matters: negotiating proper food in urban Moroccan food consumption and preparation". In F. Bergeaud-Blackler, J. Fisher, J. Lever (ed.), *Halal Matters. Islam, Politics and Markets in Global Perspective*, Londres Nova Iorque, Routledge, pp. 72-90.
- HAFSTEIN, V. (2009), "Intangible heritage as a list: From masterpieces to representation". In L. Smith, N. Akagawa (ed.), *Intangible Heritage*, Londres, Routledge, pp. 93-111.
- HUBERT, A. (2000), "Cuisine et politique: le plat national existe-t-il?". *Revue des Sciences Sociales*, 27.
- JABIOT, I. (2015), "'Beldi-Roumi': hétérogénéité d'une qualification ordinaire" *Les Études et Essais du Centre Jacques-Berque*, 25.
- JAZI, S. (2014), "Les valeurs de consommation des produits bio et 'beldi' au Maroc". *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 9-10, pp. 209-223.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, B. (2004), "Intangible heritage as metacultural production". *Museum International*, 56, pp. 52-65.
- LAAZAR, M. (1987), "Conséquences de l'émigration dans les montagnes du Rif Central (Maroc)". *Revue européenne des migrations internationales*, 3 (1-2), pp. 97-114.
- LONG, L. (2004), *Culinary Tourism*, Lexington, The University Press of Kentucky.
- LUM, C., FERRIÈRE DE VAYER, M. (2016), *Urban Foodways and Communication. Ethnographic Studies in Intangible Cultural Food Heritages around the World*, Londres, Rowmann & Littlefield.
- MERLO, T., ALAMI, H. (s. d.), *Inventario sobre el patrimonio inmaterial vinculado a la dieta mediterranea de Chefchaouen*, Chefchaouen, Association Talassemiane pour l'Environnement et le Développement.
- MONOGRAPHIE PROVINCIALE DE CHEFCHAOUEN, 2018, Direction Régionale de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, Casablanca, Haut-Commissariat au Plan.

- MOUNA, K. (2010), *Le bled du kif. Économie et pouvoir chez les Ketama du Rif*, Paris, Ibis Press.
- OBSERVATOIRE DU TOURISME MAROC, 2015, *Annuaire statistique du tourisme: panorama des performances touristiques au titre de l'année 2015*. Casablanca, Observatoire du Tourisme Maroc, disponível em <http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2017/03/Annuaire-Statistique-du-Tourisme-2015.pdf>.
- PARKER, T. (2015), *Tasting French Terroir: The History of an Idea*, Oakland, University of California Press.
- SIMENEL, R. (2010). “Beldi/Roumi, une conception marocaine du produit du terroir. L'exemple des Aït Ba'Amran de la région de Sidi Ifni”. *Hesperis-Tamuda*, XLV, pp. 167-175.
- SLOAN, P., LEGRAND, W., HINDLEY, C. (2015), *The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- SWEARINGEN, W.D. (1988), *Moroccan Mirages: Agrarian Dreams and Deceptions, 1912-1986*, Princeton. Princeton University Press.
- TRUBEK A. (2008), *The Taste of Place. A Cultural Journey into Terroir*, Berkeley, University of California Press.
- UNESCO (2010), Nomination file n.º 00884 (UNESCO, 8.COM.8.10), Paris, UNESCO.
- VAN ESTERIK, P. (2006), “From hunger food to heritage foods: challenges to food localization in Lao PDR”. In R. Wilk (ed.), *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*, Lanham, AltaMira Press, pp. 83-96.
- VIGNET-ZUNZ, J.J. (2014), *Les Jbala du Rif: des lettrés en montagne*, Casablanca, Editions la Croisée des Chemins.

---

Recebido a 11-10-2021. Aceite para publicação a 16-10-2024.

---

LUCAS, J. (2025), “Agricultura, território e património: linguagem e práticas alimentares em Chefchaouen (Marrocos)”. *Análise Social*, 254, LX (1.º), e21136. <https://doi.org/10.31447/2021136>.

---

Joana Lucas » [joanalucas@fcs.unl.pt](mailto:joanalucas@fcs.unl.pt) » CRIA/NOVA-FCSH » Avenida de Berna, 26 C — 1069-061 Lisboa, Portugal » <https://orcid.org/0000-0002-2096-2587>.

---