

Roteiros de cultura gastronómica em Ponta Delgada pela mão de Rafael Fraga e Nadja Schreus

## Projecto Hungry Whales quer apoiar e incentivar a cultura gastronómica dos Açores

Imagine turistas sentados no meio da cidade a comer chicharros à mão! Parece pouco provável, mas já aconteceu em Ponta Delgada e tende a repetir-se. O projecto Hungry Whales arrancou ontem e é dinamizado por Rafael Fraga, açoriano, e Nadja Schreus, holandesa. Os seus fundadores dão a turistas e locais a oportunidade de realizar um roteiro gastronómico com a cultura açoriana que vai desde o bolo lêvedo ao ananás.

Além de ser músico profissional, Rafael Fraga tem uma grande paixão pela cultura e pela história. Foi desta forma que, em conjunto com Nadja Schreus, Rafael fundou o projecto Hungry Whales. Ontem começou o primeiro produto desta iniciativa, através do qual os clientes podem vivenciar experiências regionais gastronómicas nos restaurantes e em outros locais de Ponta Delgada.

Este açoriano reside há muitos anos em Amsterdão, onde exerce a função de guia turístico e músico, enquanto Nadja trabalha na área da hotelaria, com a organização de eventos relacionados com gastronomia e não só. Rafael Fraga estudou Biologia na Universidade dos Açores, mas depois rumou a Lisboa para estudar música e concluiu os estudos em Amsterdão, onde acabou por residir.

Os conhecimentos de ambos uniram-se e o resultado faz com que passem agora alguns meses nos Açores. “Residindo em Amsterdão, gostaríamos de passar uma parte do nosso tempo nos Açores e pensamos como poderíamos reunir tudo isso num projecto que tornasse viável viver aqui durante um período do ano. Gostaríamos muito de estar aqui de Abril a Outubro. Se correr muito bem, teremos que arranjar forma de estender até Novembro, mas entrando o Inverno é mais difícil fazer os tours a pé principalmente com comida, mas não excluímos esta hipótese”, afirma o músico.

Certo é que o gosto pela nossa gastronomia também foi um factor de peso nesta escolha, além do que esta “é uma parte da nossa cultura que ainda está muito pouco explorada sob o ponto de vista cultural e turístico. Claro que há muitos restaurantes e uma oferta enorme neste sentido, mas do ponto de vista cultural ainda há pouca coisa. As pessoas aderem ao Cozido das Furnas, ao chá, ao ananás e a pouco mais”, esclarece Rafael Fraga.

Questionado sobre o nome do projecto, o açoriano garante que “os cetáceos são uma parte importante da nossa história e cultura, assim como são animais grandes, engraçados e geralmente inofensivos. Queríamos que o projecto transmitisse uma ideia de abundância, de cultura local, sempre com o mar associado”.

Para já, os turistas podem usufruir deste serviço em Ponta Delgada, mas o objectivo é expandi-lo para a Ribeira Grande e Lagoa e mais tarde para outras ilhas dos Açores.

Rafael Fraga disse-nos que o produto mais forte, para já, é o Ponta Delgada Food Tour, no qual “as pessoas podem provar diferentes coisas e vamos a diferentes sítios, desde o Mercado da Graça até outros locais da cidade. É um tour rápido, no sentido em que as pessoas não se sentam à mesa. A comida estará pronta para levar quando chegamos, pagamos e andamos, o que não quer dizer que em determinados locais não nos sentemos a apreciar o local com mais calma. É uma mistura um bocadinho aberta, tendo em conta o grupo de pessoas e a meteorologia, mas o concei-



O casal tem a intenção de desenvolver o projecto nos Açores de Abril a Outubro de cada ano, dando oportunidades gastronómicas diferenciadas a locais e turistas.

to é levar as pessoas a provar diversas coisas em sítios diferentes entre si”.

Neste momento propício a petiscar o que há por cá, o guia turístico disse-nos que há um menu apresentado ao cliente que vai evoluindo conforme o passar da hora. “Começamos às 10h30 com algo mais leve, como fruta e iogurte, e vamos até à hora de almoço onde se incluem os pratos mais pesados. Há portanto uma progressão no tipo de comida e vamos degustando coisas típicas, passando pelas frutas, doces, queijos, e depois carne e o peixe. Há um menu concebido por nós que é flexível tendo em conta o que os restaurantes têm disponível naquele dia e hora. Temos que apresentar comida representativa da nossa cultura, mas que seja algo que dê espaço para a próxima prova, caso contrário não se consegue chegar a toda a gastronomia local.”

Contratos ou protocolos não existem neste projecto, mas sim uma porta aberta a todos quanto queiram partilhar esta experiência diferenciada de cultura gastronómica. “Não temos propriamente protocolos com os comerciantes locais; apresentamo-nos a eles, mas achamos que é muito importante contribuir para o comércio local na medida em que não queremos descontos. Vamos sempre como clientes e queremos apoiar e incentivar a nossa cultura gastronómica. Por isso, se calhar vamos mais a um sítio que tenha chicharros fritos do que a um que tenha pizza. Porém, há uma mistura do tradicional com o moderno”, esclarece o fundador.

Tendo isso como base, Rafael Fraga acredita que a longo prazo tal projecto terá um envolvimento directo na nossa economia. “Nes-

tes últimos anos têm havido mudanças muito grandes pelo menos na cidade de Ponta Delgada, há muitos espaços novos com uma dinâmica diferente, mas também é preciso ter cuidado para se preservar o que tem que ser preservado, como a natureza por exemplo”; alerta.

Por outro lado, “a nível de oferta cultural há muita coisa, mas está inexplorada sob o ponto de vista turístico. Ou seja, as pessoas podem ir a um sítio comer comida muito boa, mas se calhar não há capacidade na maior parte dos restaurantes de explicar aos clientes por que motivo se usa mais a pimenta da terra em São Miguel do que nas outras ilhas, e nós tentamos dar resposta a estas perguntas”, exemplifica.

Para isso, o músico esclarece que é importante ter “o apoio dos comerciantes, no sentido de estes partilharem connosco o que sabem. A abertura dos comerciantes tem sido muito importante nesse sentido e a recepção tem sido ótima”, afirma.

Sem um roteiro fixo, cada grupo vai vivenciando experiências diferentes, até porque “quem está a liderar o tour vai decidir os locais a ir um pouco em função do grupo que tem e até dos dias da semana; por exemplo, ao Sábado a cidade transfigura-se e o Mercado da Graça fica cheio. O tour é adaptado quase dia-a-dia em função disso”.

Além disso, Rafael Fraga destaca que “estes tours só fazem sentido com grupos pequenos, pois tem que haver uma proximidade grande. Como estamos a comer comidas que nem sempre são pensadas para se comer na rua, como os chicharros que se comem à mão, temos que ar-

ranjar soluções para esta mobilidade”. Por isso, estes roteiros gastronómicos aceitam no máximo 12 pessoas, “até porque os nossos restaurantes à hora de almoço costumam ficar repletos e entrar com um grupo maior é complicado, sobretudo com o Verão a chegar”.

Na experiência de ontem, a primeira, “as pessoas provaram o nosso bolo de lêvedo, ananás, doces regionais, chicharros, favas e uma série de ingredientes com um forte cunho regional e não necessariamente só de São Miguel, como sendo a linguça do Pico, alcatra da Terceira. Tudo isso faz sentido introduzir a nossa gastronomia”, narra Rafael Fraga.

Os clientes mostraram-se entusiasmados e contentes com a experiência e a procura para este mês já tem sido mais do que muita. “Tivemos hoje sobretudo pessoas dos Estados Unidos da América, de zonas com uma enorme comunidade açoriana. Para nós é particularmente interessante este tipo de cliente, porque ele já teve um contacto prévio com a nossa gastronomia. É uma realidade fascinante ver esta dinâmica e perceber o papel fundamental da nossa comunidade emigrante na projecção da nossa cultura, sobretudo a ligada à gastronomia e à cultura popular.”

Qualquer turista, de qualquer parte do mundo, ou até os locais podem procurar este projecto, seja para conhecer melhor o que temos por cá ou, quem sabe, alguma empresa que queira oferecer aos seus funcionários uma experiência gastronómica diferenciada. “Os tours acontecem sobretudo em inglês, mas havendo portugueses, holandeses ou espanhóis temos também a capacidade de explicar nestas línguas a informação principal.”

Estando a agenda de Abril já quase preenchida, Rafael Fraga contou-nos que “uma parte significativa dos clientes vem da América do Norte, Estados Unidos da América e Canadá, mercados agora mais privilegiados com melhores ligações aéreas. Também temos reservas de europeus, mas para já temos muitos americanos”.

Estes clientes “não têm propriamente uma expectativa, vêm sim com curiosidade. O importante é as pessoas estarem abertas a provar, surpreenderem-se e aumentarem o seu conhecimento gastronómico. No tour de hoje o chicharro foi comido à mão, para gáudio e alegria dos alunos da Escola Secundária Antero de Quental que viram os turistas a comer chicharros à mão. Acho que este é o tipo de experiência que as pessoas procuram”, descreve divertido.

A verdade é que este projecto constitui uma real novidade turística, porque “não havia esta ênfase na cultura sob o ponto de vista urbano de ir a cidades, vilas e freguesias até explorar a nossa comida”.

Tendo em conta a dimensão do projecto em si, quisemos perceber a opinião destes empresários quanto à situação actual dos nossos restaurantes e se os mesmos se encontram ao nível de tamanha modernização turística.

“Acho que a restauração é um negócio difi-