



ESCOLA SUPERIOR AGRÁRIA
INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO

**CARACTERIZAÇÃO E ESTUDO DO
QUEIJO DE CASTELO BRANCO
EM QUATRO QUEIJEIRAS DA SUA
SUB-REGIAO DEMARCADA**

PRODUÇÃO ANIMAL

Relatório do Trabalho de Fim de Curso

Fernando Jorge Ribeiro da Mata

CASTELO BRANCO

1989

- INDÍCE -

I - INTRODUÇÃO.....	5
II - A REGIÃO DEMARCADA DO QUEIJO DE CASTELO BRANCO....	15
1. Morfologia.....	15
2. Geologia e Litologia.....	15
3. Pedologia.....	16
4. Clima.....	16
III - ASPECTOS HISTÓRICO-ECONÓMICOS.....	17
1. A ovinicultura e a produção de queijo na região	17
1.1. Do passado à actualidade.....	17
1.2. Situação actual.....	23
1.2.1. Estrutura e regime de exploração.....	23
1.2.2. Funções económicas.....	25
1.2.2.1. Produção de leite.....	25
1.2.2.2. Outras funções.....	26
1.2.3. Estruturas de apoio à produção e perspectivas futuras.....	26
2. Tipos de queijo produzidos na região e seus sub-produtos.....	30
2.1. Tipos de queijo.....	30
2.2. Sub-produtos.....	31
3. Comercialização.....	32
3.1. Aspectos gerais.....	32
3.2. Circuitos comerciais.....	33
3.3. Produções e preços.....	33

IV - TECNOLOGIA DO QUEIJO DE CASTELO BRANCO.....	36
1. Caracterização geral das explorações visitadas.	36
2. Ordenha.....	36
3. Transporte e conservação do leite.....	37
4. Características do leite a queijar.....	40
5. Coagulação do leite.....	40
5.1. Temperatura de coagulação.....	43
5.2. Agente coagulante.....	43
6. Trabalho da coalhada.....	44
7. Rendimento em fresco.....	49
8. Salga.....	53
9. Cura.....	55
10. Rendimento em curado.....	55
11. Características das câmaras de cura.....	62
V - CONTROLO DE QUALIDADE.....	62
1. Características físicas.....	62
2. Características químicas.....	68
3. Características microbiológicas.....	73
4. Interpretação dos resultados.....	84
VI - TIPIFICAÇÃO.....	86
VII - SUGESTÕES PARA MELHORAR.....	91
VIII - CONCLUSÃO.....	95
BIBLIOGRAFIA.....	96

INTRODUÇÃO

Perspectiva-se que a ovinicultura venha a desempenhar papel de relevo perante as condições geofísicas do nosso território, no entanto, existem problemas a enfrentar perante o possível escoamento das nossas produções a nível comunitário.

Um dos problemas a enfrentar será o lançamento no mercado de produtos com imprescindível garantia de qualidade e genuinidade.

Neste contexto figuram os queijos regionais portugueses, muitos deles conhecidos para além das suas zonas de produção e, que constituem uma riqueza ainda não convenientemente protegida.

Segundo FRANCO (1986) “algumas das grandes cooperativas de lacticínios da Holanda, Dinamarca, estão já, há algum tempo, a estudar discretamente os nossos queijos de ovelha e, de um momento para o outro, poderão cá aparecer queijos com aspecto semelhante aos nossos, talvez “tipo de ...”, se não tivermos já as nossas denominações de origem defendidas internacionalmente”. Não podemos confiar em que tal não nos possa acontecer, senão veja-se o exemplo da Grécia que, segundo VIEIRA e ROBALO (1987) “por não ter a zona do queijo “Fetha” demarcada, vê a Europa e ela própria inundada por queijo “Fetha” produzido na Dinamarca”

Lógica e naturalmente, esses queijos não são, tão apreciados como os genuínos de fabrico artesanal, mas há que contar com uma certa regularidade e uniformidade no que se refere à sua qualidade e com um preço mais baixo devido aos moldes industriais da sua produção. Não podemos ignorar que essas cooperativas, têm hoje em dia uma muito avançada tecnologia no fabrico de lacticínios.

Segundo SILVA (1986) “os nossos queijos tradicionais são produtos que, se forem convenientemente protegidos e valorizados, poderão concorrer com queijos estrangeiros de alta qualidade, e que vão aparecer em quantidade no nosso mercado interno, como consequência da adesão à Comunidade Europeia”. Ainda segundo o mesmo autor “os nossos queijos tradicionais merecem a preferência dos consumidores nacionais e atingem elevadas cotações no mercado, embora se verifique, que, por vezes, os produtos de qualidade são difíceis de encontrar, sendo de destacar, a grande irregularidade na qualidade apresentada”.

É de referir ainda, o facto da proliferação de imitações e de falsificações, que se estão afirmando, gerando profunda confusão no mercado consumidor, chegando mesmo ao ponto de desacreditarem o produto genuíno.