

# *Klippfisk i Portugal*

## *Litt historie og resultater fra 4 fokusgrupper*

Merit Reiertsen<sup>1)</sup> og Jens Østli

Klippfisk til Portugal er et viktig eksportprodukt fra Norge og store deler av den hvitfiske som landes av norske fiskere ender opp som salt- eller klippfisk. Første del av artikkelen forklarer hvorfor klippfisk er så viktig for portugisere. Andre del gjengir resultater fra en fokusgruppe-studie som ble gjennomført våren 2006. Deltagerne var damer i Porto og Lisboa og tema var hvordan damene forholdt seg til klippfisk som mat og tradisjonsbærer. Mange i det norske produksjons- og salgsapparatet har uklare forestillinger om hvordan den portugisiske konsumentent opplever og bruker klippfisk. Selv om resultatene fra fokusgruppene ikke kan generaliseres, er det forfatterens håp at resultatene gir leseren et mer nyansert syn på akkurat dette.

Produksjon av klippfisk har lange tradisjoner i Norge og klippfisken er og har vært en veldig viktig del av norsk fiskeeksport (Bendiksen, 2005; Johansen *et al.*, 2003). Portugal er et av de land i verden der det konsumeres mest klippfisk og klippfisken har en helt spesiell posisjon blant portugiserne. Det anslås at konsumentet er ca 6,5 kg pr innbygger pr år, (Jenssen, pers med) og gjennomsnittlig spiser man klippfisk ca 1 gang pr uke (Østli, 2004). For Norge som er en stor eksportør av klippfisk er derfor Portugal et svært viktig marked. I 2005 importerte portugiserne 20.385 tonn norsk klippfisk, til en verdi av 998 millioner NOK (Eksportutvalget for fisk, 2006).

Hvorfor klippfisken har en så spesiell posisjon hos det portugisiske folk er vanskelig å gi et klart svar på, men det finnes flere mulige årsaker. Klippfisken har vært en del av det portugisiske kostholdet i flere hundre år, dog er det ukjent når portugiserne "oppdaget" dette produktet. Praksisen med å salte mat har vært kjent lenge, og i Portugal (Aveiro) og sørlige Spania har saltutvinning fra sjøvann ved hjelp av solvarme vært drevet i veldig lang tid (Gallart-Jornet *et al.*, 2004). Det finnes dokumentasjon på at salting av torsk ble utført i det 13 århundre (Johansen *et al.*, 2003). Den første kjente avtalen som ga portugisere tillatelse til å fiske i Nord-Atlanteren ble gjort i 1353, mellom kongen av England og kongen av Portugal. I 50 år tillot denne avtalen sjømenn fra Lisboa og Porto å fiske blant annet torsk langs den

engelske kysten. I bytte mot fisken fikk engelskmennene portugisisk vin (Abel *et al.*, udatert). Men det virkelige torskefisket for Portugal startet en del år senere. På slutten av det 15. århundret krysset João Vaz Corte Real Nordvest-Atlanteren og havnet på Newfoundland (*ibid*). Utenfor kysten av Newfoundland ble det oppdaget store forekomster av torsk. Det er mange som hevder at det var portugiserne som oppdaget Newfoundland, men ikke alle historieskivere er enige i dette. Uansett hvem som egentlig oppdaget området så inneholdt mange av de tidligste kartene over Newfoundland portugisiske navn, navn som finnes den dag i dag (Kurlansky, 1999).

De første portugisiske fiskerne dro til Newfoundland i 1504 og snart fulgte flere nasjoner. På grunn av de lange avstandene måtte torsken konserveres for å holde seg til den kunne omsettes i Europa. Vi har ikke funnet dokumentasjon på dette, men det er rimelig å anta at de første fiskerne saltet torsken enten direkte i rommet eller i medbrakte tønner. Når skuta var lastet og børa var riktig, dro de så østover. Senere ble systemet endret ved at det ble opprettet mottak/stasjoner på land, særlig på kysten av New England. Dermed kunne man også tørke torsken etter at den var fullsaltet (*ibid*). Dette området omtales den dag i dag som *Terra do Bacalhau* (Klippfisklandet) ([www.academyofcodfish.com](http://www.academyofcodfish.com)).

I første halvdel av 1500-tallet var det Portugal, Spania, England og Frankrike

som dominerte fisket på Newfoundland. I 1580 gikk Portugal i union med Spania og den portugisiske fiskeflåten ble dermed en del av den spanske krigsflåten. Dette fikk store konsekvenser for portugiserne, som mistet nesten hele sin fiskeflåte under spanjolenes angrep på England. Fra begynnelsen av det 17. århundret ble det nesten helt stopp i det portugisiske torskefisket og portugiserne måtte i stedet importere klippfisk, særlig fra England (*ibid*). På 1800-tallet begynte portugiserne igjen å delta i torskefisket ved Newfoundland og fortsatte fram til slutten av 1900-tallet da overfiske og internasjonale reguleringer begrenset tilgangen. Portugals deltakelse i torskefisket på Newfoundland er en av årsakene til klippfiskens sterke posisjon i Portugal. Klippfisk har i mange århundrer vært en betydelig del av portugisisk økonomi og den har bidratt til en rekke arbeidsplasser på hav og land. Det er derfor ikke så rart at portugiserne ser på klippfisk som en del av sin historie og kultur (Abel *et al.*, udatert).

Den katolske kirken har også bidratt mye til klippfiskens popularitet, både i Portugal og i andre katolske land. I middelalderen "tvang" den katolske kirken gjennom en rekke fastedager. Faste er ensbetydende med at man ikke skal spise kjøtt. Men det var lov å spise det kirken definerte som "kald" mat. Siden fisken kommer fra vannet, ble den betraktet som kald (dette gjaldt også sjøfugl og hval). Fastedagene var mange, blant annet alle fredager (den dagen i uka da Jesus ble korsfestet) og de førti dagene i fasten før påske, i tillegg til en rekke andre merkedager. En periode var det for en god katolikk forbudt å spise kjøtt nesten halvparten av årets dager (*ibid*). Klippfisk ble mer og mer vanlig på disse dagene, fordi det var lovlig, tilgjengelig og kanskje hadde en konsistens og en tilberedningsform som fungerte som et substitutt til kjøttrettene (Kurlansky, 1999). Selv om det i dag er færre av de strenge katolske fastereglene, henger mye igjen. Blant annet er påsken og jula fortsatt høysesong for klippfisk, både i Portugal og andre katolske

land, som for eksempel Brasil. Det er også svært vanlig at det serveres og spises klippfisk til lunsj på fredag i Portugal. Dette gjelder også de som arbeider.

På grunn av klippfiskens lange holdbarhet ble den også et viktig produkt på portugisernes lange reiser, både på turene til Newfoundland og når de "erobret" fremmed land. Også for resten av befolkningen ble klippfisk viktig på grunn av den lange holdbarheten. Klippfisk var et produkt som kunne kjøpes inn når man hadde råd, slik at man også hadde mat i dårligere tider. Klippfisk var også billig og som oftest tilgjengelig. Derfor fikk den snart tilnavnet "*O Fiel amigo*" (den trofaste vennen). Også den rikere delen av befolkningen spiste klippfisk, blant annet fordi den ofte smakte langt bedre enn annen fisk, som ikke nødvendigvis var så fersk når den skulle spises (Abel *et al.*, udatert).

Klippfisken som et portugisisk "ikon" bekreftes også av at Academia do Bacalhau (AdB) har valgt å bruke bacalhau (klippfisk) i navnet. Dette er ikke en skole, men snarere et møtested for folk som er interessert i portugisisk kultur. Det finnes for tiden 10 foreninger i Portugal og et utall utenfor landets grenser. (Reiertsen & Østli, 2006)

## Fokusgrupper

Som nevnt er Portugal et veldig viktig marked for norsk eksport av klippfisk, og det er derfor viktig å kjenne markedet og å vite hvordan forbrukeren velger og anvender klippfisk. I dag eksporteres store deler av klippfisken via en portugisisk importør, agent eller grossist. Få aktører i Norge har derfor den detaljkunnskapen som er nødvendig for at man også markedsmessig skal kunne gjøre nødvendige tilpasninger av produktene. Med markedet menes her forbrukermarkedet i Portugal. Tidligere undersøkelser gjort av Fiskeriforskning (Østli, 2004; 2005) viser at til tross for at portugiserne har lange tradisjoner med å spise klippfisk, så er det mange som ikke vet hva de skal se etter

eller hvordan de skal velge klippfisk i butikk. Et av formålene med fokusgruppeundersøkelsen var derfor å kartlegge litt mer i detalj kunnskaper og holdninger til ulike sider ved det å kjøpe, vanne ut og tilberede klippfisk. Klippfisk i lys av tradisjon ble også forsøkt kartlagt.

## Gjennomføring

Undersøkelsen ble utført av et portugisisk byrå. Intervjuene ble gjennomført ved hjelp av en diskusjonsguide som var utarbeidet i samarbeid med Fiskeriforskning. De 4 gruppene, to i Lisboa og to i Porto, bestod av kvinner i alderen 25-55 år, som var hovedansvarlig for innkjøp av matvarer. Alle tilberedte og spiste klippfisk regelmessig.

### Fokusgruppe

Fokusgruppeundersøkelse er en kvalitativ metode der en gruppe mennesker diskuterer et gitt tema. Gruppen ledes av en moderator, som har som oppgave å lede diskusjonen og se til at de tema som oppdragsgiver er interessert i blir belyst. Moderatoren skal ikke delta i diskusjonen på en slik måte at synspunktene i gruppen blir påvirket.

Deltagerne rekrutteres etter kriterier i forhold til det tema som skal belyses. Fokusgrupper er ofte eksplorative, og velegnet for å utforske temaer som kan være vanskelige å kvantifisere, eksempelvis holdninger og erfaringer. Det er viktig å understreke at resultatene fra en fokusgruppeundersøkelse ikke kan generaliseres til resten av befolkningen.

## Resultater

### Frokost, lunsj og middag

Undersøkelsen viste at portugiserne generelt har tre viktige måltider i løpet av

dagen: Frokost, lunsj og middag. Frokost (*pequeno almoço*) er et måltid som ble høyt verdsatt av de fleste av deltagerne, og som de fleste spiste hjemme. Frokosten består gjerne av ingredienser som melk, yoghurt, kaffe, te, brød med pålegg og frokostblandinger. Også lunsj (*almoço*) ble betraktet som et viktig måltid, men dette er et måltid som må tilpasses til tiden man har til rådighet, arbeidssituasjon og økonomi. En portugisisk lunsj består ofte av en varm hovedrett (det vi kaller middag) og dessert, alternativt suppe. Lunsjen spises som regel utenfor hjemmet. Større arbeidsplasser har gjerne egen kantine.

Middagen (*jantar*) ble regnet som det viktigste måltidet, blant annet fordi det innebærer at man spiser hjemme med familien. Dette måltidet synes også å bli benyttet til å kompensere for eventuelle "usunne" måltider tidligere på dagen ved at man inkluderer flest mulig sunne næringsmidler. Middagen består av en hovedrett, og deltagerne sa at de varierte bevisst slik at det ikke ble fisk eller kjøtt både til middag og lunsj. På hverdagene foretrekkes det retter som er enkle og lite tidkrevende å lage, og klippfisk brukes mye. I helgene er spisevanene noe annerledes, blant annet investeres det da langt mer tid og penger i måltidene. Det er også mest vanlig med gjester i helgene og da serveres det gjerne et ekstra fint måltid. Klippfisk brukes mye også i slike sammenhenger, men da gjerne retter som er mer arbeidskrevende.

I praksis synes det vanskelig å skille mellom klippfiskretter til hverdag og fest, heller ikke mellom tradisjonelle og moderne retter. De yngre i Lisboa syntes å ha minst variasjon i rettene, mens det i Porto var langt større variasjon og mer bruk av klippfisk i hverdagen. De fleste av respondentene var opptatt av at kostholdet skulle være variert og balansert. I tillegg var det ønskelig å unngå fett i den grad det er mulig i tilberedningen, og unngå/reducere konsumet av kjøtt og søtsaker. Mange uttrykte et ønske om å inkludere/øke konsumet av melkeprodukter, fisk, frukt og grønnsaker.

"Eu gostava de comer mais peixe e legumes, mais grelhados, reduzindo a gordura" 25-35 år, Lisboa.

("Jeg ønsker å spise mer fisk og grønnsaker, mer grillet, for å redusere fett").

"A tradição é importante nas festas. Eu vou comer a minha mãe mas se estivesse em casa fazia a comida tradicional" 25-35 år, Porto.

("Tradisjonen er viktig ved fest/høytider. Da spiser jeg hos min mor, men dersom jeg skulle vært hjemme hadde jeg lagd tradisjonell mat").

### Mat og tradisjoner

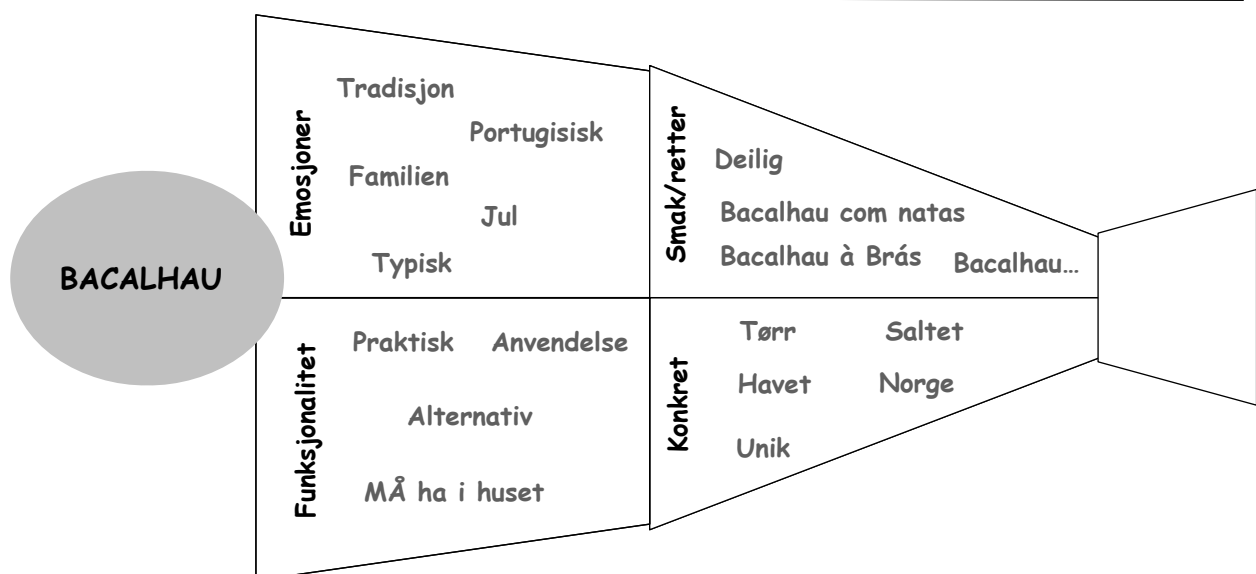
Tradisjonelle matvaner hadde to forankringer, det å dele måltidet med familien og de mer spesifikke, tradisjonelle rettene. Uttalelsene under viser at familiemåltidet fremsto som det viktigste i denne sammenhengen, mens tradisjonelle retter primært forbindes med høytid. Selv om deltagerne spiser tradisjonsmat i hverdagen ble ikke dette oppfattet som en måte å videreføre tradisjonell mat på.

"A minha grande preocupação com a tradição não é o que se come, mas e comeremos todos juntos a mesma hora, a mesa e sem televisão" 25-35 år, Lisboa.

("Min største bekymring når det gjelder tradisjoner er ikke hva som spises, men at vi alle spiser til samme tid, rundt matbordet, uten TV").

### Assosiasjoner til klippfisk

Når deltagerne ble spurt om hva de assosierte med klippfisk, kom det opp en hel rekke elementer. Noen av assosiasjonene gikk på det emosjonelle plan (tradisjon, familie, portugisisk, jul) noen på det funksjonelle plan (typisk, anvendelig, praktisk "må ha i huset"), noen på det konkrete plan (tørr, hav, saltet, tørket, unik, Norge) og noen på det å spise klippfisk (deilig, godt og mer konkrete retter som Bacalhau a Bras, Bacalhau com Natas etc.).



Figur 1 Klippfisk utløser mange assosiasjoner, assosiasjoner som viser at klippfisk er tilknyttet tradisjon, at det spises i dag og at særlig jul er en tid hvor klippfisk er et "must"

## Kunnskaper om klippfisk

"Somos um país que come tanto bacalhau e não sabemos muito sobre ele, e triste faz-me uma pergunta e eu percebo que não sei nada sobre bacalhau. Sei que gosto, sei que é ótimo, e versátil, mais nada" 36-55 år.

("Vi er et land som spiser mye klippfisk, men vi vet lite om den, det er trist når jeg får et slikt spørsmål og det går opp for meg at jeg ikke vet noe om klippfisk. Jeg vet at jeg liker den, at den er veldig bra og allsidig, ellers vet jeg ingenting")

Deltakerne innrømmet at de hadde lite kunnskaper om klippfisk, selv om det er et velkjent produkt. Noen hadde problemer med å se at klippfisk faktisk en gang har vært en fisk som levde i havet. Flere omtalte den som "en fisk som ikke er en fisk" ("*Um peixe que não é bem peixe*"), fordi smak, lukt, tekstur og måten å tilberede den på er annerledes enn for annen fisk. Klippfisk ble oppfattet å være et ernæringsmessig godt produkt som burde spises jevnlig, som inneholder lite fett, og mange viktige næringsstoffer. Noen oppfattet den som et bedre alternativ enn annen fisk i så måte. Den kan tilberedes på en rekke ulike måter, men kan også bidra til et for høyt saltinntak. Klippfisken er et tradisjonelt produkt, som utgjør en del av den portugisiske matarven. Særlig er den viktig til jul, men også fordi den inngår i en rekke tradisjonelle portugisiske matretter. Klippfisken har en viktig rolle som et alternativ eller som et substitutt til fersk eller fryst fisk. Den er praktisk og har et stort anvendelsesområde, i tillegg til at forskjell i smak og tekstur kan for enkelte virke mer appellerende enn annen fisk.

"O bacalhau é mais rico, uma pessoa come peixe grelhado e passado umas horas já está com fome, com o bacalhau já não acontece isso" 25-35 år, Lisboa.

("Klippfisk er mer mettende, en person som spiser grillet fisk er sulten igjen etter få timer, dette skjer ikke med klippfisk").

Deltakernes forhold til klippfisk går helt tilbake til barndommen, og forholdet da var både negativt og positivt. En del sa at de ikke likte klippfisk som barn, men at dette forandret seg når de begynte å lage det selv, kanskje særlig etter at de ble gift. Andre begynte å like det etter en positiv spiseopplevelse. Det er interessant å merke seg at mange mente at klippfisk er noe man må lære seg å like.

Gjennom årene har klippfisken utviklet seg på flere måter. Tidligere ble klippfisken bare solgt på tradisjonell måte, det vil si hel og tørr. I dag er det dukket opp nye produkter som fryst og ferdig utvannet klippfisk og ferdig opprevet. Før ble klippfisken bare brukt i basisretter/tradisjonelle retter, men i dag brukes den også i mer avanserte og moderne retter. I tillegg har den fått en relativt høy pris, noe som kan forklare at den ikke anses som fattigmannskost lengre. Deltagerne mente at deres konsum ville holde seg omtrent slik det er i dag, men diskusjonen avdekket også to ulike fremtidsperspektiver. Noen uttrykte bekymring for at torsken skal bli utryddet, mens andre mente at konsumet bare vil øke, blant annet på grunn av at det er kommet mer lettvinte produkter.

### Innkjøp

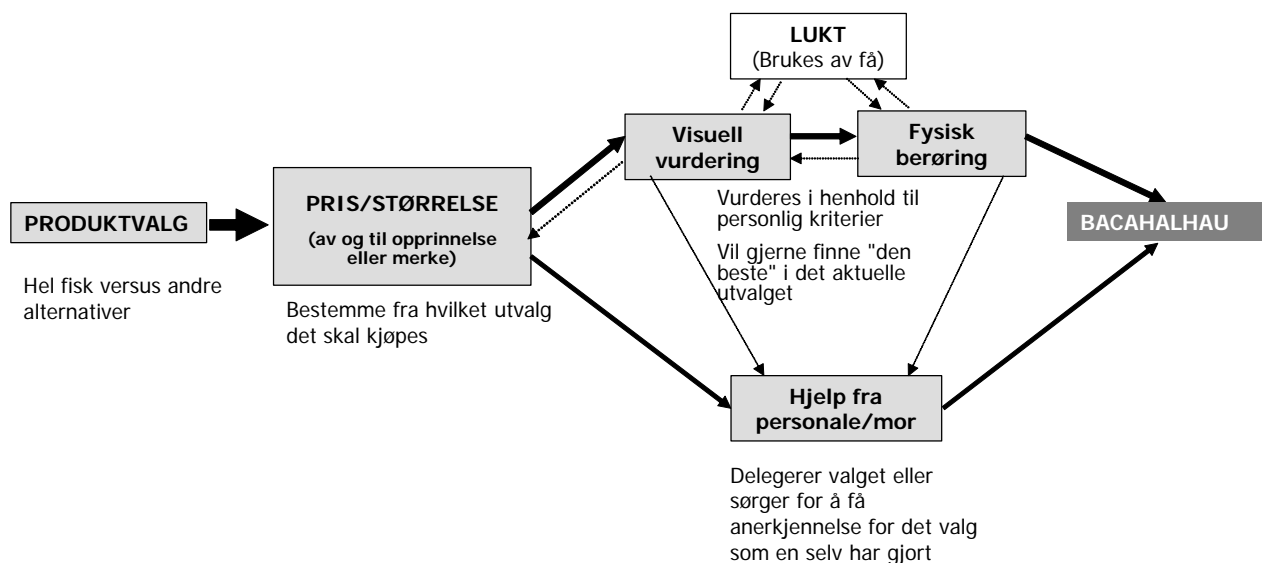
Deltagerne viste til to ulike innkjøpssteder, hyper-/supermarked og tradisjonelle klippfiskbutikker eller markeder. Blant deltagerne i denne undersøkelsen var hypermarkeder de vanligste. På hypermerkede selges klippfisken på et avgrenset areal ved siden av annen sjømat. Noen av fordelene som ble nevnt med hypermarkeder var stort

utvalg, kan kombineres med kjøp av andre matvarer, prisen er relativt lav og man kan velge akkurat den fisken man vil. Det siste punktet kan også sees på som en ulempe, andre ulemper er at fisken ofte er ødelagt, det er mye rot i klippfiskstablene (kanskje særlig seint på dagen) og det kan være mye dårlig fisk. De tradisjonelle butikkene eller markedene benyttes ofte på grunn av tillit eller vane. I disse butikkene er det kun en liten del av varene som er utstilt og det er vanligvis ikke lov å røre klippfisken selv. Fordelen med disse butikkene bygger gjerne på tillit: Tillit til at kvaliteten er god og tillit til at valget av fisk som ofte gjøres av personalet, er riktig. At andre kunne velge ut den riktige klippfisken var viktig for enkelte av deltakerne. Men ofte har

disse butikkene høyere pris enn hypermarkedene og utvalget er mindre. I tillegg mente noen at det er negativt at de ikke får plukke fisken selv og at ikke all fisken er synlig.

Kjøpsfrekvensen av hel klippfisk varierte veldig i gruppene, alt fra 2 ganger per år til en gang pr. uke. Gjennomsnittlig ble det kjøpt inn klippfisk omtrent en gang pr måned. Kjøpsfrekvensen var avhengig av hvor mye som ble kjøpt hver gang, spisevanene, om man var avhengig av hjelp til innkjøpet, i tillegg til at det ble kjøpt andre produkter enn hel klippfisk. De fleste handlet for å ha klippfisk i huset, men det ble også gjort innkjøp for spesielle situasjoner.

## Kjøpsprosessen



Figur 2 På generelt grunnlag kan denne modellen beskrive hvordan bacalhau kjøpes i butikk

### Produktvalg

På grunnlag av det som kom fram under diskusjonen, kan man modellere innkjøpsprosessen. Modellen er presentert i Figur 2. Ved innkjøp ble det først valgt produktform, det vil si hel klippfisk kontra oppdelt, fryst, ferdigrett og så videre. Valget gjøres på bakgrunn av vaner, hva den skal brukes til, når den skal brukes og økonomi. Ofte

var produktform bestemt før de gikk i butikken. Det syntes også vanlig å kjøpe litt ulike produkter samtidig. Ferdig utvannet og fryst klippfisk ble av flere, særlig i Lisboa, oppfattet som gode produkter fordi de er praktiske, man slipper utvanning og man kan kjøpe de stykkene man vil. Dette produktet kan dermed brukes samme dag som det blir kjøpt inn. Men prisen ble

oppfattet som høy og dette begrenset bruken. I tillegg var det ulike meninger om kvaliteten. De som ikke kjøpte eller kjøpte sporadisk mente kvaliteten var dårligere enn vanlig, hel klippfisk, mens de som kjøpte fryst klippfisk ofte mente kvaliteten var lik.

*"O congelado já comprei várias vezes e acho que é ótimo, a minha mãe no Natal misturou com o outro e não se notou a diferença, o bacalhau era exactamente igual" 36-55 år, Porto.*

("Jeg har kjøpt fryst fisk flere ganger og synes den er utmerket. Min mor blandet den med den andre (klippfisk) til jul og ingen merket forskjell, klippfisk var helt lik").

Også opprevet klippfisk (*migas*) ble av mange oppfattet som et praktisk produkt. Den kan brukes nesten umiddelbart og har en lavere pris enn hele stykker. Den er særlig anvendelig til bestemte retter. *Migas* var mindre likt av noen av deltagerne som mente opprevet fisk var laget av de dårligste bitene fra oppskjært, hel fisk.

#### *Pris og størrelse*

Etter at produktform var valgt ble neste valg gjort på bakgrunn av pris, størrelse og vekt. Prisen var mest benyttet og var det mest konkrete som ble brukt for å sammenligne og velge klippfisk (Klippfisk sorteres primært i ulike vektclasser for eksempel 1-2 kg, 2-3 kg og så videre, med økende pris for tyngre vektclasser). Generelt visste deltagerne svært godt hvilken øvre pris de kunne akseptere, men ved spesielle anledninger som jul, syntes prisen å spille mindre rolle. Også størrelsen var viktig og det syntes vanlig å lete etter den største fisken innenfor den valgte priskategorien og dermed størrelse. Generelt var oppfatningen at jo større fisk dess bedre. I forhold til opprinnelse skilte Norge seg ut. For noen var det et kvalitetskriterium at fisken kom fra Norge. Norsk klippfisk ble oppfattet som den mest tradisjonelle og at den skivet seg.

*"Eu geralmente compro da Noruega e sai-me sempre como eu quero" 36-55 år, Porto.*

("Jeg kjøper vanligvis (klippfisk) fra Norge og den blir alltid slik jeg ønsker")

#### *Vurdering og valg av hel klippfisk*

Etter at de hadde funnet ut hvilken stabel klippfisk skulle velges fra, ble det gjort en ny vurdering der utseende, tekstur, lukt og vekt/størrelse ble vurdert. For noen var dette en enkel prosess der de valgte den første eller andre fisken som de løftet på. For andre var dette en tidkrevende prosess som innebar vurdering av en lang rekke attributter. For de sistnevnte inkluderte vurderingen ulike faser eller teknikker, som å vurdere fisken generelt, berøre og løfte den, klemme ved halen og lukte. Noen av deltagerne mente at denne kvalitetsvurderingen ikke bestandig var like enkel eller hyggelig, særlig i supermarkedene. Dette kom av måten salget er organisert med stabler og at andre har vært der og "rotet" i fisken og stablene. I tillegg var det lite attraktivt på grunn av lukt, masse salt på gulvet og salt og fiskerester som limte seg til hendene. Flertallet baserte vurderingen på empiri, både i forhold til hva de har sett andre gjøre og på bakgrunn av egne erfaringer. Noen hadde også dratt nytte av personer som hadde særlig god kunnskap om klippfisk. Selv om mange har klare forestillinger om hvordan hel klippfisk skal være, hadde de likevel problemer med å koble disse til hvordan fisken skulle smake. Flere mente at mer informasjon om slike ting kunne gjort valget lettere.

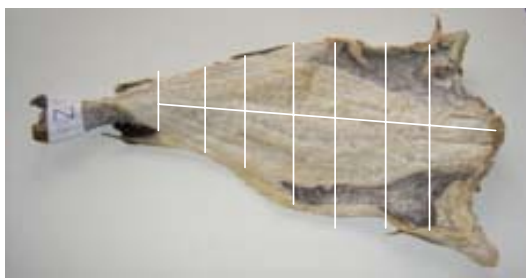
*"Gosto do bacalhau que sai as lascas e tenho dificuldade em saber qual e o bacalhau que sai assim" 25-35 år, Lisboa.*

("Jeg vil at klippfisk skal skive seg, men har problemer med å vite hvilken fisk som gjør det").

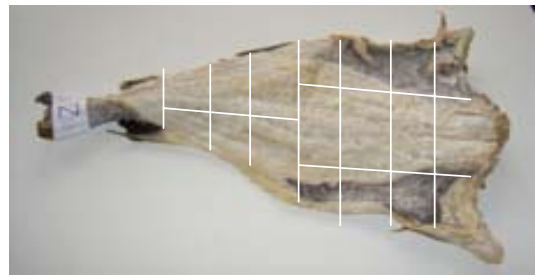
Når utseende på fisken skulle vurderes var det viktig at den var hel/ikke manglet biter, at den var symmetrisk, at overflaten var jevn og homogen og at ryggsøylen var rett. Noen få studerte også skinnsiden. Fargen var muligens det første som ble vurdert og generelt foretrakk man den fisken som var lys/hvit. Fisk med godt synlige flekker ble forkastet. Tørrhetsgraden var også et viktig kriterium og de fleste foretrakk tørr fisk. Også saltinnholdet i fisken ble oppfattet som viktig, men et for tjukt lag av salt på fisken ble sett på som et forsøk på å skjule eventuelle feil. Saltet skulle heller ikke være klebrig/melete. Lukt ble kun brukt av et fåtall, dette kan komme av at de fleste syntes klippfisken generelt har en lite attraktiv lukt og at det er umulig å skille mellom luktkomponentene. Lukt ble heller brukt som et kriterium for å avvise/ikke kjøpe.

Noen av deltagerne valgte å overlate prosessen med å velge til andre, normalt var denne personen en ansatt i butikken eller mor. Å overlate valget til andre er en måte å dekke over egen usikkerhet/mangel på kunnskap, men det var også en måte å forenkle prosessen på. Noen ganger valgte de selv, men ba om bekreftelse fra en "spesialist" (mor/personale i klippfisk-disken) på at de hadde gjort et godt/riktig valg.

De fleste ba om at fisken skjæres opp i butikken, dette gjør fisken lettere å transportere og man unngår å dele opp hjemme. Noen valgte å få den kuttet i butikken fordi de ikke kunne gjøre dette selv. Interessant nok syntes det å være ulike måter å kutte fisken på i Porto kontra i Lisboa.



**'Posta'**  
Mest brukt i Lisboa



**'Lombos'**  
Mest brukt i Porto

Figur 3 Figuren viser ulike måter å kutte klippfisk på

### Utvanning

Utvanningen ble oppfattet som veldig viktig fordi den har betydning for smaken ved at fisken blir mer eller mindre salt og for fiskens tekstur. Utvanningen ble ikke oppfattet som vanskelig, men man må ha fysiske muligheter til å gjøre det samt litt kunnskap. De fleste hadde drevet med eller sett på utvanningen siden de var barn og det var slik de hadde lært seg det.

*"Aprend-se com as mães, passa de mães para filhas, com a diferenca que antigamente demolhava-se para comer e agora demora-se para congelar" 25-35 år, Lisboa.*

("Man lærer hos mødrene, det overføres fra mor til datter. Forskjellen er at før vannet man ut for å spise, mens nå vannes fisken ut for å fryses").



De fleste startet utvanningen med en gang de kom hjem og etter utvanning var det vanlig å fryse fisken, noe som ble oppfattet som praktisk fordi den da er klar til bruk senere. Noen få oppbevarte klippfisken og vannet den bar ut i forbindelse med at den skulle spises. For de fleste deltakerne innebar dette (for mye) organisering/disiplin i tillegg til at den tørre fisken avgir en lite attraktiv lukt. Frysing er derfor også et argument for å hindre lukt i huset.

Når fisken vannes ut brukes det mye vann, og rundt halvparten av deltagerne var opptatt av at vannet skulle være kaldt. Generelt ble det sagt at man burde skifte vann hver 3-4 time, men ofte ble det kun gjort morgen og kveld. Når det er mulig, skiftes vannet ofte fordi bytte av vann gir raskere utvannet fisk. Utvanningstiden varierte litt mellom deltagerne og hang antagelig sammen med erfaring, der de eldste syntes å være sikrest. Noen av de yngste overlot utvanningen til sin mor. Utvanningstiden varierte fra 1 til 3 døgn, avhengig av tjukkelse på fisken, mengde vann, frekvens på vannskiftet, mengden klippfisk og personlig smak og erfaring.

Jul syntes å være et unntak der de fleste sa at de ikke anvendte fryst og ferdig utvannet klippfisk. Av og til ble det brukt melk til utvanningen. Dette skulle gjøre fisken mer "mør" og dermed bedre egnet til visse retter.

## Konklusjon

Undersøkelsen viser at respondentene var opptatt av kostholdet, både i forhold til seg selv, familien og ikke minst barna. Måltidene skulle være varierte, samtidig som man i størst mulig grad skulle unngå fet og annen usunn mat. Man skulle heller spise mer fisk, frukt og grønt. Klippfisken har en betydelig rolle både som hverdagsmat og i mer avanserte retter som tilberedes i helger, til gjester og ved fester/høytider. Noen av grunnene til at klippfisken er så høyt verdsatt er fordi det er tradisjonell mat, den kan være praktisk

(fryst, ferdig til bruk), den kan tilberedes på mange ulike måter, den er sunn og den er et godt substitutt til annen fisk.

Blant deltagerne i denne undersøkelsen viste klippfisk seg som en viktig del av kostholdet, til tross for ulemper som høy pris og ubehageligheter med behandlingen av fisken (eks. lukt og utvanning). Det siste aspektet er antagelig noe av grunnen til at utvannet og fryst klippfisk av flere ansees som et godt alternativ til den tradisjonelle, hele fisken. Dette gjelder særlig blant deltagerne i Lisboa. Fryst klippfisk kan derfor bli en konkurrenttrussel mot fremtidens salg av hel klippfisk, selv om prisen av mange ble oppfattet som høy.

På bakgrunn av diskusjonene i denne undersøkelsen skal en god klippfisk ha en lys og homogen farge, en naturlig form, være tjukk og tørr. En dårlig klippfisk er myk og rå, har en unaturlig form (ikke homogen overflate, mangler deler etc.), har mørke flekker, mye overflatesalt og en klebrig tekstur. Deltagerne hadde også problemer med å sette disse kriteriene i sammenheng med det ønskede resultatet (smak/tekstur). En del følte seg usikre og overlot derfor avgjørelsen om hva som skulle kjøpes til andre, eksempelvis mor eller ansatte i butikken. Gruppesamtalene fra denne undersøkelsen bekrefter det som har kommet frem tidligere om at mange portugisere føler behov for mer kunnskap om klippfisk (Østli, 1994; 1995).

Utvanningen var for de fleste en ukomplisert prosess, men den krever litt kunnskap/intuisjon. Det største problemet med utvanningsprosessen var å vite når fisken har ønsket saltnivå, og personlige erfaringer var avgjørende i denne prosessen. Også dette er en prosess som noen av deltagerne overlot til andre.

Et av formålene med denne undersøkelsen var å se på klippfisk i lys av tradisjonen. Gruppesamtalene viste at mange av deltagerne oppfatter klippfisk som en del av den portugisiske tradisjonen, spesielt i forhold til høytider som jul, men også fordi den inngår i en rekke portugisiske retter. Kunnskaper om klippfisk, både i forhold til

oppskrifter og utvanning er også noe som går i arv i generasjoner, fra mor til datter. Men selv om klippfisk er en del av tradisjonen ble det å spise klippfisk ikke oppfattet som en måte å videreføre tradisjonen på.

Ut ifra denne undersøkelsen synes det som om det er behov for mer informasjon om klippfisk, både i forhold til konkrete

faktorer i kjøpsøyeblikket og i forhold til mer emosjonelle/historiske forhold. Dette kan være med å øke klippfiskens posisjon, både som sunn mat og for å vedlikeholde den som en del av Portugals tradisjon og historie.



## Referanser

---

- Abel, M. & C. Consiglieri (udatert). O Bacalhau. Na vida e na Cultura dos Portugueses. (Klippfisk i portugisisk hverdag og kultur) Academia do Bacalhau, Lisboa.
- Bendiksen, B.I. (2005). Driftsundersøkelsen i fiskeindustrien - Oppsummering av inntjening og lønnsomhet i 2004. Rapport nr 19/2005, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Eksportutvalget for fisk (2006). Norsk sjømatnæring 2005 - tall og fakta.
- Gallart-Jornet L., I. Escriche-Roberto & P. Fito-Maupoe (2004). La salazón de pescado, una tradición en la dieta mediterránea (Salting av fisk, en mattradisjon rundt Middelhavet) Editorial Universidad Politécnica de Valencia, Spain.
- Jenssen, Øyvind Arne. Eksportutvalget for fisk sin representant i Portugal.
- Johansen, E., M. Mangseth & I. Moe (2003). Bacalao, bacalhau, baccalà. Orkana forlag
- Kurlansky, M. (1999). Cod-A Biography of the Fish That Changed the World. Vintage.
- Reiertsen, M. & J. Østli (2006). Klippfiskens portugisiske riddere. *Fisk, Industri og marked*, **5/6**, juli.
- Østli, J. (2004). Preferansetest for klippfisk. Del 1. *Fisk, industri og marked*, **8**, oktober.
- Østli, J. (2005). Preferansetest for klippfisk. Del 2. *Fisk, Industri og marked*, **1**, januar.

## Noter

---

- 1) Merit Reiertsen var trainee ved Fiskeriforskning sommeren 2006.