

# Vinho, arte e ciência – Tabernas do Alentejo

“a história da Terra num copo de vinho – enoturismo 4.0 [3]”

[Orçamento Participativo Portugal 2017]

Carlos Alberto Cupeto

Departamento de Geociências – Escola de Ciência e  
Tecnologia – Universidade de Évora – Portugal  
[cupeto@uevora.pt](mailto:cupeto@uevora.pt)      [www.otrosmundos.cc](http://www.otrosmundos.cc)

Isabel Machado

Centro de Ciência Viva de Estremoz – Universidade  
de Évora -Portugal  
[imachado@uevora.pt](mailto:imachado@uevora.pt)

Vanessa Schnitzer

Export Manager e Assistente de Enoturismo – Dona  
Maria (Júlio Bastos)

Estudante de PhD na Universidade de Évora - Portugal  
[vanessasilva@donamaria.pt](mailto:vanessasilva@donamaria.pt)

Resumo – Depois de quase duas dezenas de tertúlias (2016-17) em 2017, através do Orçamento Participativo Portugal (OPP), surgiu a oportunidade de submeter uma ideia: Tabernas do Alentejo – arte e ciência, que foi aceite e passou à fase de votação. Em mais de 600 projetos este foi um dos 38 financiados. O vinho é obra de arte explicada pela ciência, encerra um conjunto de infinitos patrimónios que se confundem e estruturam com a história de Portugal. Da vinha ao copo, é o mote deste projeto, que permitirá aprender, vivenciar e participar ativamente em todos os processos que envolvem o ciclo do vinho: desde a preparação da terra, passando pela a poda, a apanha de vides, a enxertia, a cura, a vindima, a pisa das uvas, a fermentação, a prova do vinho, as tabernas e a importância do vinho como elemento de sociabilidade. O vinho é um presente para os sentidos, um investimento em emoções inesquecíveis, instiga a curiosidade e a descoberta de novas experiências. Cada garrafa tem uma história que transcende o produto. De forma inovadora e diversificada propõem-se a realização de vários eventos vînicos, que integram a componente de arte e ciência, pelas oito sub-regiões vitivinícolas do Alentejo, com a parceria de atores com responsabilidade no sector e no território, com o objetivo de valorizar o vinho nas suas várias vertentes. Os eventos serão realizados em várias tabernas, adegas, quintas e espaços de referência ligados ao mundo do vinho e também em outros espaços. Este projecto tem ainda uma vertente muito inovadora que assenta num modelo de enoturismo 4.0.

Palavras-chave: enogeobiodiversidade, enoturismo 4.0, vinho, arte, ciência, patrimónios, cultura, tradição, inovação.

Abstract - In 2017, Portugal has announced the world's first participatory budget on a national scale, which invited people submit ideas for what the government should spend its money on, and then vote on which ideas are adopted. Nevertheless, due to this innovative project, emerged the opportunity to submit our idea: “Taverns of Alentejo - art and science” which was accepted and passed to the voting stage. In more than 600 projects this was one of 38 that received financing. Wine is a piece of art which can only be realized by science, as it combines the heritage collection that is confused with the history of Portugal itself. “Wine to glass” represents the motto of this project, which will allow you to learn, experience and participate actively in all

the processes that involve the wine cycle: from the preparation of the land, through pruning, picking of grapes, grafting, healing, harvesting, treading of grapes, fermentation, wine tasting and also the taverns, considered sites of controlled sociability. Wine, a gift for the senses. Also, an investment in unforgettable emotions, incorporates all sorts of variable rewards that spike curiosity and interest. Each bottle has a story that surpasses the product. This innovative program comprises several wine events integrating art and science, which will take place in the eight wine-growing sub-regions of Alentejo, that will count with the cooperation with involvement of governmental and non-governmental actors. The events will occur in various taverns, wineries, farms and reference spaces linked to the world of wine and also in other spaces. This project also has a very innovative aspect that is based on a model of wine tourism 4.0.

Keywords: , winegeobiodiversity, wine tourism 4.0, wine, art, science, heritage, culture, tradition, innovation.

## Introdução

*“Valorizar e enaltecer a vinha e o vinho, isto é, os imensos e ancestrais patrimónios”*

O Alentejo são muitos *Alentejos*, muitos sabores, muitas paisagens, muitas culturas, muitos viveres diferentes. A *enogeobiodiversidade* desta terra é enorme; os patrimónios associados à vinha e ao vinho são infinitos. É um dos terroir mais antigos do mundo, sendo que o início da plantação da vinha nesta região data, no mínimo, do período romano, como atestam as grainhas de uva descobertas nas ruínas de São Cucufate, perto de Vidigueira e em alguns lagares romanos. Como em tudo o resto, a geografia, condicionada pela geologia, marca o vinho de cada lugar através do “porquê?” e do “quê?” [4]. Não é por acaso que os campinos e os touros existem no Ribatejo, como a geologia explica perfeitamente que a Vidigueira seja, essencialmente, uma terra de vinhos brancos. Toda a diemção antrópica da nossa História depende da natureza e das condições por ela impostas; poderia ser diferente com o vinho? “...As

decisões e os acontecimentos, os conflitos internacionais e as guerras civis, apenas podem ser compreendidos tendo em conta as esperanças, os medos e os preconceitos resultantes da História e como estes, por seu turno são determinados pelo ambiente físico – a geografia – em que os indivíduos, as sociedades e os países se desenvolveram.” [4] A vinha e o vinho são muito mais do que quilómetros que separam a costa do interior e o norte (Portalegre) do sul (Beja). A sul, o clima é mais quente e as colinas e planícies suaves são o seu contraponto ameno, dando origem a vinhos mais encorpados, redondos, ricos em taninos e com aromas a frutos silvestres e vermelhos. No norte, encontramos paisagens mais agrestes e súbitas, com vinhas até 900m de altitude de onde brotam vinhos mais frescos, com menos álcool, mais potencial de guarda (capacidade para envelhecerem em garrafa), enquanto que os brancos são mais minerais pela presença de sílica nos solos. Esta nobre região, impera pela cultura, valor e tradição. O "sabor do lugar" está no vinho. A diversidade da missão e competência de cada parceiro envolvido é o garante de que o projecto terá o sucesso expectável, a saber: Universidade de Évora – Centro de Ciência Viva de Estremoz: divulgação e promoção da cultura científica e ecológica; Comissão Vitivinícola Regional Alentejana: entidade que defende, controla, certifica e faz a promoção dos produtos víquicos com a denominação de origem protegida “Alentejo” e indicação geográfica protegida “Alentejano”; Diário do Sul – Rádio Telefonia do Alentejo: comunicação e divulgação do projecto; Divinus Gourmet- Tentações do Alentejo, Lda: envolvimento dos agentes económicos (produtores e distribuidores).

#### I. ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO DO PROJECTO – ENOTURISMO 4.0

Viver as várias sub-regiões da região Alentejo, através do vinho, arte e ciência e conhecer alguns dos seus aspetos culturais e turísticos é o primeiro dos objectivos. Ao implementar o projeto, será possível vivenciar o valor intrínseco de cada uma das oito sub-regiões, a natureza do seu *terroir*, associada às raízes, tradições e à autenticidade, que exprime a diversidade (*enogebiodiversidade*) da região Alentejo. Assegurar o empenhamento e o envolvimento de parceiros locais (pessoas, autarquias, associações, produtores...) garante a proximidade de onde decorre, naturalmente, a adsorção da identidade local.

Ajudar a estruturar o Alentejo enquanto região vínica. O Alentejo, enquanto território vinícola, distingue-se positivamente das restantes regiões, em quantidade, qualidade e tradição. Neste contexto, é preciso estruturar o produto como região vínica e garantir o posicionamento estratégico no contexto das relações económicas nacionais e internacionais e constitui um factor importante para a atracção de investimento e acolhimento empresarial. Os eventos articulam e envolvem um considerável número de parceiros com variadas competências e vocações que muitas vezes trabalham isoladamente. A comunicação que prevemos vai certamente ajudar a divulgar as sub-regiões e necessariamente a uma resposta destas.

Promover o turismo vitivinícola, associando-lhe, sempre que possível a arte e a ciência. As vertentes inovadoras que nos propomos associar ao vinho vão atrair ao setor um maior leque de pessoas.

Preservar a autenticidade de cada região através da divulgação do vinho e dos seus vários patrimónios: cultural, paisagístico, arquitetónico, museológico e gastronómico. Para além do vinho, o Alentejo tem produtos de reconhecida excelência mundial (cortiça, azeite, rochas ornamentais...); prazeres com saber e sabor (artesanato, gastronomia, vinhos, azeites); heranças intemporais (património e cultura). O Alentejo contém uma história marcada pelo rico património e cultura que lhe conferem identidade e autenticidade, e um potencial de afirmação competitiva, diferenciadora e sustentável, com base em actividades consolidadas e na emergência de novos nichos locais de especialização produtiva. O envolvimento de parceiros locais assegura-nos a “presença” dos diferentes patrimónios locais.

Contribuir para o combate ao despovoamento e aos constrangimentos de algumas zonas rurais. Problemas complexos como o despovoamento não têm soluções simples e únicas. Os eventos que vamos realizar constituem um passo de uma longa caminhada. Tirando partido do posicionamento geoestratégico, da significativa melhoria das acessibilidades nacionais e internacionais e das dinâmicas de integração económica do espaço europeu e mundial, o Alentejo é uma região funcionalmente mais aberta ao exterior e com condições objectivas para intensificar as relações económicas e reforçar a inserção em mercados de maior amplitude territorial.

Difundir o conhecimento e criar cultura no sector. É sabido que as actividades económicas em Portugal têm excesso de empirismo e deficit de conhecimento/ciência. Os diferentes eventos têm sempre associadas estas dimensões. A Jornada final, que nos propomos realizar, tem também o objetivo de difundir conhecimento.

Contribuir para a assunção do vinho como uma bebida cultural e assim, um meio de combate contra o alcoolismo, designadamente das faixas etárias mais jovens. A cultura do vinho combate a cultura do álcool. A abordagem pedagógica que faremos será um contributo para o não alcoolismo.

Contribuir para a desmistificação do conceito de ciência. A ciência acessível ao grande público, como o Centro de Ciência Viva de Estremoz sabe fazer, facilita a aceitação e compreensão da ciência e evidenciará a sua aplicação na vinha e no vinho.

Contribuir para a promoção do turismo vitivinícola. Através da realização destes eventos, será utilizada uma linguagem comum e acessível, a prova, que permite conhecer rapidamente o que acontece em cada local. É um “Vá para fora... cá dentro!” A expressão que tem servido de slogan para promover o turismo internamente devia ser levada à risca no que concerne ao contacto com outras culturas através do vinho.

No actual contexto de globalização do vinho, que impõe uma unidade multicultural imposta pelo poder económico, rapidamente irá degenerar num fenómeno de homogeneidade irreversível, pelo contrário, iremos apostar fortemente nas diferenças regiões, na diversidade de culturas e tradições, partilhando-as e divulgando-as pelos quatro cantos do mundo. Para além disso, pretendemos ir ao encontro das relações com o passado, trilhar um caminho de recordações, para reforço das identidades e exacerbar a cultura do vinho na sociedade. O facto de o turismo estar na moda não é suficiente para desenvolver

novas formas de turismo. Os eventos e a sua divulgação vai atrair novos públicos e mais gente.

Contribuir para a melhoria da autoestima local. Eventos estruturados com base na dimensão local garantem que os produtores locais e população se revejam, apropriem e compreendam e aceitem os valores e identidade local.

Contribuir para a dinamização das regiões demarcadas. Estes eventos constituem um espaço de partilha e de transmissão do conhecimento. Por si só, quando existe, esse capital humano atrai o consumidor, sendo um pólo de dinamização e fantasia. A conversa, a tertúlia, a descoberta. O critério de selecção de vinhos, as boas recomendações consoante a gastronomia que iremos experimentar, tudo justifica a sua frequência. Como se referiu há muitos Alentejos. O desenho de eventos à medida contribui para o desenvolvimento da identidade local.

Criar um contexto que permita alavancar os enoturismos do território. O envolvimento dos atores locais são o garante da concretização deste objetivo.

Dar a conhecer aos agentes e investidores as potencialidades do enoturismo na região Alentejo. Pela estratégia de comunicação, portal e livro garante-se um maior conhecimento da vinha e do vinho no Alentejo e, assim, maiores índices de confiança pelos potenciais agentes e investidores. Estes conhecimentos poderão ser determinantes para desenvolver e diversificar a oferta de novos serviços por parte das organizações vitivinícolas. Outro aspecto importante, é a possibilidade de estruturar as rotas do vinho, como uma ferramenta importante, por um lado, para o desenvolvimento de novos produtos turísticos e diversificação da oferta e, por outro, como forma de promoção de determinados locais, tentando combater as assimetrias regionais e captando novos investimentos para o turismo.

Promover o desenvolvimento sustentável desta atividade turística. O Alentejo afirma-se como um território sustentável e de forte identidade regional, , garantindo adequados níveis de coesão territorial e afirmando uma reforçada integração com outros espaços nacionais e internacionais. A sustentabilidade do território assenta na valorização dos recursos endógenos, designadamente dos valores naturais e paisagísticos e no desenvolvimento de níveis acrescidos de concertação estratégica e cooperação funcional. Todas as ações terão subjacente as melhores práticas ambientais. Serão enfatizadas e valorizadas as boas práticas existentes.

Impulsionar a divulgação do vinho e de toda a sua cadeia de valor. Os eventos, a comunicação e a promoção são o garante de um real contributo para a valorização do sector.

Fazendo a ligação entre o passado, a tradição, e o presente o projecto recorre a novas ferramentas e modelos de comunicação e implementação digitais de forma igualmente inovadora. É neste contexto que assumimos de forma pioneira a implementação da prática do enoturismo 4.0.

## II. A HISTÓRIA DA TERRA NUM COPO DE VINHO (EXEMPLO DE AÇÃO INOVADORA EM QUE A CIÊNCIA SE ASSOCIA À ARTE ATRAVÉS DO VINHO)

O termo *terroir* é largamente venerado no emocionante mundo do vinho. O suporte da vinha, como de qualquer outra cultura, é o solo que resulta da alteração de uma rocha formada há muitos milhões de anos. É a grande geodiversidade que caracteriza Portugal que explica a enorme variedade de castas com sucesso que possibilitam a reconhecida qualidade dos seus vinhos.

Assim, numa breve visita à vinha é possível observar e interpretar alguns episódios da fabulosa história da Terra e tentar transpô-los para o vinho. Na adega procuraremos, no vinho, o sabor do lugar (the taste of the place). Este é o espantoso mundo da *enogeobiodiversidade* que desejamos viver numa experiência que associa ciência, arte e cultura, através de um simples copo de vinho. O mesmo produtor, isto é, a mesma prática agrícola, a mesma casta em rocha diferente, com a mesma prática enológica dá-nos um vinho diferente. Esta diferença, seja na mineralidade, ou na acidez, transfere-se para a garrafa e sente-se no copo. É assim que se “conta a história da Terra num copo de vinho”. Cada rocha que sustenta a vinha é página do livro da Terra e contem informação geológica. Não é por acaso que um xisto, “descendente” de uma argila formada num fundo marianho dá um vinho profundamente mineral, como que a recordar os sais marinhos de então.

A experiência passa-se em três contextos geológicos diferentes, correspondentes a outras tantas geografias: norte alentejano, Alentejo central e sul do Alentejo [3]. Em Marvão (Portalegre), no norte, as mesmas castas dão um vinho mineral nos xistos devónicos, enquanto que no quartzito ordovicíco, a maior altitude, o vinho é mais rochoso. Em Borba – Estremoz, no centro do Alentejo, a duas ou três dezenas de metros a diferença é marcada entre os xistos e a aluvião. Mais a sul, depois da notória fronteira física com o Baixo Alentejo, da serra do Mendro, pela falha da Vidigueira, a diferença dos brancos do Antão Vaz de xisto ou argila é muito notória.



Figura 1. No início da história do vinho que temos no copo está sempre a rocha; vinho escravo da rocha [2].

### III. CONCLUSÕES

Poucos produtos como o vinho traduzem tantos patrimónios. Da vinha à garrafa e depois ao copo há cultura, arte, história e ciência. O vinho é, na verdade, uma forma de expressão onde o mais importante é o lugar. Esta é a essência deste projecto; promover e valorizar, com todos meios disponíveis, designadamente com as ferramentas 4.0, todos estes patrimónios, com forte identidade regional, através de experiências diversas em que o principal actor é o comum dos cidadãos. O vinho tem identidade geológica local [1]. Os enólogos acreditam, cada vez mais, que a terra, isto é a rocha, lhes fala de possibilidades. Tradicionalmente na Europa as regiões vitivinícolas estabelecem-se em função das características geológicas e geográficas [1]. Através dos saberes científicos e enológicos levamos pessoas aos mais significativos locais produtores do Alentejo. O financiamento através do Orçamento Participativo Portugal, 2017, só por si altamente inovador em termos europeus, veio possibilitar a disponibilidade dos meios necessários a juntar o vinho, a arte e ciência em diversos locais e contextos de cada uma das 8 subregiões vitivinícolas do Alentejo. Com estas iniciativas estamos a promover muito eficazmente, de forma altamente inovadora, os locais (e os seus saberes) e os produtores com produtos enoturísticos de alto valor.

### REFERÊNCIAS

- [1] J. Josep Roca e Imma Puig: "Tras las viñas - un viaje al alma de los vinos", 1. ed., Barcelona, Debate, 2016.
- [2] Cupeto, Carlos: "Vinho, escravo da geologia", Colóquio de Viticultura, ATEVA, Borba, 2017.
- [3] Cupeto, Carlos; Gato, Oscar; Gaspar, Luís; Reguinga, Rui; Portela, José, e Fialho, Norberto: "A história da Terra num copo de vinho", Marvão (Portalegre), Borba-Estremoz, Vidigueira; Ciência Viva no Verão, 2018.
- [4] Marshall, Tim: "Prisioneiros da geografia", 1. ed, Saída de Emergência, Porto Salvo, 2017.

