



Enoturismo na região do Douro: o caso da Quinta da Côrte

Ivo Leandro Vieira Pinto Rodrigues



**Politécnico
de Viseu**

Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão de Lamego

Enoturismo na região do Douro: o caso da Quinta da Côrte

Ivo Leandro Vieira Pinto Rodrigues

**Dissertação
Mestrado
Gestão do Património
Cultural e
Desenvolvimento
Local**

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Ana Teresa
Bernardo Guia e Professora Doutora
Didiana Margarida Fachada Lopes
Fernandes

Enoturismo na Região do Douro: o caso da Quinta da Côrte

Ivo Leandro Vieira Pinto Rodrigues

Dissertação Mestrado

Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local

Trabalho efetuado sob a orientação da

Professora Doutora Ana Teresa Bernardo Guia e Didiana Margarida Fachada Lopes Fernandes

Agosto de 2023

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação encerra um percurso da minha vida, o qual contribuirá para uma maior evolução na minha carreira profissional e para a minha realização pessoal.

Gostaria de começar por agradecer às minhas orientadoras, Professoras Doutoras Didiana Fernandes e Ana Guia, que me elucidaram sempre que necessitei. Dedico também um agradecimento muito especial à minha namorada, Iliana Correia e à minha mãe Gracinda Rodrigues que sempre me apoiaram mesmo quando não acreditava ser capaz de chegar ao final. Agradeço, ainda, a todos os responsáveis das quintas que aceitaram colaborar neste meu estudo, principalmente, aos responsáveis pela Quinta da Côrte, meu objeto de estudo e local onde exerço profissionalmente, pois sem os seus contributos este trabalho não teria sido possível!

Resumo

O principal objetivo desta dissertação é investigar sobre o tema do enoturismo e sobre a possibilidade de este constituir um motor de valorização do património cultural.

O Enoturismo é um fenómeno caraterístico da modernidade, com uma dupla valência e significado, ou seja, constitui-se como uma atividade turística complementar à oferta turística nacional. E como articular esta atividade com as especificidades culturais do território? Nesse sentido, decidiu-se direcionar esta pesquisa para a Região Demarcada do Douro, classificada pela UNESCO como Património Mundial da Humanidade, demonstrando em particular as especificidades e valências culturais de uma das suas quintas, a Quinta da Côrte.

Pode-se concluir que a maioria dos gestores das quintas tem uma preocupação legítima com a preservação do património cultural das mesmas e da região envolvente o que é encorajador. Assim, espera-se que com este estudo possa contribuir para aumentar um pouco o conhecimento da Região Demarcada do Douro, através da valorização das suas práticas culturais, do enoturismo e do turismo rural, bem como, aprofundar o conhecimento sobre uma das quintas durienses, ressaltando assim a relação entre a cultura e as atividades de enoturismo que oferece.

Palavras – Chave:

Enoturismo; Região Demarcada do Douro; Património Cultural; Quinta da Côrte.

Abstract

The main objective of this dissertation is to investigate the theme of wine tourism and the possibility of it being a driver for the valorization of the cultural heritage.

Wine tourism is a characteristic phenomenon of Modernity, with a double valence and meaning, in other words, it constitutes a tourist activity complementary to the national tourist offer. And how to articulate this activity with the cultural specificities of the territory? In this sense, it was decided to direct this research to the Douro Demarcated Region, classified by UNESCO as World Heritage, demonstrating in particular the specificities and cultural aspects of one of its estates, Quinta da Côrte.

It can be concluded that most of the estates managers have a legitimate concern with the preservation for the cultural heritage and the surrounding region, which is encouraging. This way, it is hoped that this study can contribute to increase a little bit the knowledge of the Demarcated Douro Region, through the appreciation of its cultural practices, wine tourism and rural tourism, as well as improve the knowledge about one of the Douro estates that constitute it, emphasizing the relationship between culture and wine tourism activities it offers.

Key words:

Wine tourism; Demarcated Douro Region, Cultural Heritage; Quinta da Côrte

ÍNDICE

Introdução.....	13
I. Turismo e cultura	15
I.1 Turismo.....	15
I.2 Turismo Cultural.....	16
I.3 Portugal e o Turismo	17
I.4 Turismo na Região Demarcada do Douro	20
I.5 Enoturismo	21
I.5.1 Origem e Evolução do conceito.....	21
I.5.2 Enoturismo como potenciador de destinos turísticos	23
I.5.3 As motivações do Enoturismo.....	26
I.5.4 O perfil do Enoturista	27
I.5.5 As Motivações do Enoturista.....	30
I.5.6 Resumo conclusivo do tema	34
II. Metodologia	35
II.1 Objetivos da Investigação	36
II.2 Estratégia de Investigação.....	37
II.3 Recolha de dados - método	37
II.4 Objeto de Estudo: Breve introdução ao tema	40
III. Alto douro vinhateiro – o estudo de caso Quinta da côrte.....	41
III.1 Douro Vinhateiro - a história.....	41
III.2 Douro Vinhateiro – a região	45
III.3 Douro Vinhateiro - As rotas do Vinhos.....	48
III.4 Douro Vinhateiro – Potencialidades Turísticas	50
III.5 Douro Vinhateiro – Arquitetura paisagística.....	51
III.6 Douro Vinhateiro – O vinho	53
III.6.1 O vinho – breve descrição dos principais vinhos do Douro	56
III.7 Douro Vinhateiro – As quintas	57
III.7.1 Breve descrição de diversas quintas do ADV	58
III.7.1.1 Quinta do Vallado:.....	58
III.7.1.2 Quinta do Portal	60
III.7.1.3 Quinta do Vesúvio	62
III.7.1.4 Quinta do Vale Meão	63
III.7.1.5 Quinta do Seixo	65
III.7.1.6 Quinta do Bomfim	66

III.7.1.7	Quinta do Crasto	68
III.7.1.8	Quinta Nova.....	69
III.8	Objeto de estudo - Quinta da Côrte - Localização e história	71
III.9	Quinta da Côrte - Composição/Descrição da Casa.....	73
III.10	Quinta da Côrte – A Arquitetura	75
III.11	Quinta da Côrte -As vinhas.....	77
III.12	Quinta da Côrte – Os vinhos.....	79
III.13	Quinta da Côrte – As adegas	81
III.13.1	Adegas – Processo de formação do vinho	82
III.14	Quinta da Côrte – Enoturismo	84
III.14.1	Quinta da Côrte - Evolução do enoturismo nos últimos 2 anos.....	85
IV.	Análise e Tratamento de Dados	86
IV.1.1	Quinta da Côrte – análise SWOT	89
IV.1.2	Análise SWOT da região do ADV como destino enoturístico	92
	Considerações Finais	94
	Bibliografia	97
	Anexos.....	101

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Três pilares para o sucesso do Enoturismo segundo Getz e Brown (2006).....	22
Figura 2-Vantagens do Enoturismo segundo Inácio (2010).....	24
Figura 3- Categorização do tipo de enoturista segundo Charters e Ali-Knight (2002)..	29
Figura 4- Metodologia da dissertação	35
Figura 5- Períodos das demarcações na Região do Douro – Portugal.....	43
Figura 6- Concelhos da Região do Alto Douro Vinhateiro	45
Figura 7- Região demarcada do Douro e as suas sub-regiões	45
Figura 8- Rota dos vinhos de Portugal	49
Figura 9- Evolução das diferentes formas de cultivo das vinhas	52
Figura 10- Principais vinhos do Douro.....	56
Figura 11- Quinta do Vallado.....	58
Figura 12- Quinta do Porta	60
Figura 13- Quinta do Vesúvio	62
Figura 14- Quinta de Vale Meão	63
Figura 15- Quinta do Seixo	65
Figura 16- Quinta do Bom fim	66
Figura 17- Quinta do Crasto	68
Figura 18 - Quinta Nova.....	69
Figura 19- Casa da Quinta da Côrte	71
Figura 20 - Produtos Principais da Quinta - Azeite e Vinho	72
Figura 21- Espaços existentes na casa	73
Figura 22-Quarto da casa; Fonte: Arquivo Quinta da Côrte	73
Figura 23- Espaços exteriores da Quinta da Côrte	74
Figura 24- Arquitetura e obras de Pierre Yovanovitch.....	75
Figura 25- Escultura de Joana Vasconcelos na Quinta da Côrte.....	76
Figura 26- Vinha da Quinta da Côrte	77
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte	77
Figura 27- Cultivo com uso de cavalo.....	77
Figura 28- Vinhos da Quinta da Côrte	79
Figura 29- Ficha técnica - Porto Tawny 30 anos.....	80
Figura 30- Composição de fotos das adegas da Quinta da Côrte	81
Figura 31- Buracos para receção das uvas.....	82
Figura 32- Cubas de Fermentação Alcoólica	82

Figura 33- Sala das Barricas	82
Figura 34- Zona de Engarraamento/Armazenamento	83
Figura 35 – Lagares	83
Figura 36- Tonéis	83
Figura 37- Atividades de lazer e Enoturismo da Quinta da Côrte.....	84
Figura 38- Frequência de visitas a uma Quinta de Turismo Rural.....	87
Figura 39- Motivações para a realização da visita à Quinta.....	87
Figura 40- Grau de satisfação dos turistas na visita à Quinta da Côrte	88
Figura 41- Esquema da Análise SWOTt	89
Figura 42- Análise SWOT da Quinta da Côrte.....	90
Figura 43- Esquema de Futuros Projetos e limitações da Quinta da Côrte	91

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1- As motivações dos enoturistas	32
Tabela 2- Distribuição por género e idade.....	86
Tabela 3- Análise SWOT - ADV	92

LISTA DE ABREVIATURAS

- ❖ **AMPV** – Associação de Municípios Portugueses do Vinho;
- ❖ **BTT** – Bicicleta todo-o-terreno;
- ❖ **CCDRN** – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional Norte;
- ❖ **CVA** – Comissão de Vinhos do Algarve
- ❖ **DOC** – Denominação de Origem controlada;
- ❖ **IVV** – Instituto da Vinha e do Vinho;
- ❖ **LBV** – Late Bottle Vintage
- ❖ **PENT** - Plano Estratégico Nacional de Turismo;
- ❖ **UNESCO** – Organização da Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura;
- ❖ **SNI** - Secretariado Nacional da Informação, Cultural Popular e Turismo;
- ❖ **SPP** - Sociedade de Propaganda de Portugal;

INTRODUÇÃO

O principal objetivo deste trabalho é investigar sobre um tema englobado no conceito de enoturismo e, sobre a possibilidade de este constituir um motor de valorização do património cultural e de enoturismo

Segundo a Carta Europeia do Enoturismo, este relaciona todas as atividades e recursos turísticos de lazer e de tempos livres com as culturas, do vinho e da gastronomia e, pode, segundo Pine e Gilmore (1999), ser citado com um fenómeno da economia da experiência. “Uma visita a uma vinha, uma prova de vinhos, a descoberta da gastronomia local, da arquitetura, do ambiente envolvente e dos eventos culturais da região são exemplos de fatores que podem contribuir para um conjunto de sensações psicológicas e físicas que resultam numa experiência única.” (Mitchell et al., 2004). Pode-se, assim, verificar que todos estes conceitos, nomeadamente economia da experiência, turismo e enoturismo estão intrinsecamente ligados.

Nesse sentido, irá abordar-se dentro da Região Demarcada do Douro (RDD), a Quinta da Côrte, local onde o discente exerce funções na área do Turismo. Sabe-se que esta região representa um grande desafio para qualquer intervenção arquitetónica pelo seu enorme valor natural e cultural. Assim, será um levantamento geral de aspetos que se evidenciaram mais relevantes, tais como: o turismo na Região Demarcada do Douro, a evolução histórica da região e a história do vinho. Posteriormente foi imperiosa a análise da oferta de outras Quintas similares para observação do panorama da oferta enoturística da região em segmentos similares.

Pretendeu-se, subsequentemente, estudar a história e a arquitetura que envolve a quinta – caso de estudo -, bem como, a sua produção de vinho e, claro tudo o que envolva o turismo no sentido de quem a visita, no sentido do que é oferecido pela mesma ao turista.

Desta forma, na primeira parte desta dissertação é feita uma revisão de conceitos que procuram contextualizar de uma forma sumária o conceito de turismo cultural e os elementos que o compõem. O segundo capítulo, aborda a metodologia usada para a análise do objeto de estudo, Quinta da Côrte, demonstrando as suas especificidades e qualidades endógenas para que se possa construir uma ligação mais efetiva entre enoturismo e cultura, nas atividades propostas. Isto será realizado através de um estudo com base em questionários propostos aos hóspedes/turistas, para perceber o que os leva ou motiva a escolher a Quinta da Côrte como destino de férias de turismo rural, as

vantagens da sua estadia e o que poderia ser melhorado para assim impulsionar o enoturismo. Sendo finalizado com uma análise SWOT da mesma e com uma relação entre ela e os futuros projetos que poderão ser desenvolvidos.

Partindo da metodologia, no terceiro capítulo é então realizado o tratamento dos dados recolhidos, recorrendo ao programa SPSS, sendo elaboradas tabelas e gráficos para melhor os expor e relacionando os mesmo com a realidade atual da Quinta da Côrte.

O Quarto e último capítulo recai sobre a região Demarcada do Douro em todo o seu esplendor, inicialmente ressaltando a sua história e sua cultura e, por fim, demonstrando como as mesmas são desveladas em diversas quintas que fazem desta região um Património Mundial da Humanidade e, o último capítulo, foca-se, portanto, na Quinta da Côrte,

Assim, espera-se que este trabalho possa contribuir para o conhecimento de uma das diversas quintas da Região Demarcada do Douro e para a valorização do turismo cultural existente.

I. TURISMO E CULTURA

I.1 TURISMO

Segundo Smith (1994), não existe grande consenso no que diz respeito ao conceito de turismo, uma vez que se trata de um produto difícil de definir devido à grande diversidade de empresas e níveis transversais de oferta. No entanto, foram vários os autores que conceptualizaram o turismo (Barreto, 1996), ainda que nas suas definições tenham valorizado diferentes aspetos do mesmo.

Já segundo Palmer e Bejou (1995) a definição de turismo passa por ser dividida em duas dimensões, a tangível e a intangível. A dimensão tangível é constituída pelas infraestruturas e equipamentos hoteleiros, enquanto, a dimensão intangível é somente a cultura, os comportamentos e hábitos que contribuem para formar a imagem geral e as expectativas do destino. Para Leiper (1995), “o turismo é o resultado da interação entre três subsistemas: o turista, o impulsionador do fenómeno turístico e o setor turístico, composto por todas as atividades criadas para proporcionar aos turistas os bens e serviços necessários para a escolha, programação e realização da viagem” Jafari (2002) vê o turismo com uma dimensão holística, as características culturais incentivam o turista a se deslocar de sua residência para um núcleo recetor, pois, como explica Dias, R. (2006), “o turismo é indissociável da cultura.”.

A definição mais consensual do conceito de turismo talvez seja a da Organização Mundial de Turismo, que conforme nos elucida Ignarra (2003), define o mesmo como permanência por um período de tempo em lugares diferentes dos que vivem e a realização de atividades de lazer nessas mesmas viagens.

I.2 TURISMO CULTURAL

“Para muitas pessoas o interesse em conhecer o passado de outros povos relaciona-se a um segmento de turismo com interesse no legado cultural: o turismo cultural.” (Barreto, M., 2003). O turismo cultural mantém uma relação com o enoturismo devido à transmissão de conhecimento para os turistas interessados, da história do vinho, da arquitetura, dos costumes e tradições do local visitado, pois de acordo com Hall, C.M. et al (2004), “As atividades do turismo do vinho debruçam-se sobre a visita às vinhas, aos festivais de vinho e aos espetáculos relacionados com o vinho, nos quais fazem a prova dos vinhos produzidos nas regiões visitadas, o enoturismo pode ser visto como um dos pilares do turismo cultural, pois o turista cultural busca conhecer as tradições associadas à produção de vinhos e o acesso ao patrimônio cultural”.

O Enoturismo é constituído pelo conhecimento dos locais, mas também pelos processos de produção do vinho. “A segmentação do turismo facilita o estudo e desenvolvimento da oferta turística e a compreensão sobre o potencial turístico da localidade.”. (Dias, R, 2006). Getz (2000), acentua que os enoturistas, têm bastante interesse nos relacionamentos com as pessoas dos locais onde o vinho é produzido e em conhecer os costumes, tradições, gastronomia, assim como, a arquitetura e a história, das quintas envolventes.

No início da Segunda Guerra Mundial, consolidou-se o Turismo e na década de 50 do séc. XX, este voltou a impulsionar-se, devido ao desenvolvimento social e económico do pós-guerra. O final da guerra, ditou o crescimento da produção e rendimento familiar, o que levou ao aumento do tempo livre, sendo que os países desenvolvidos adotaram férias pagas a favor dos seus trabalhadores. Viajar tornou-se também uma fuga às rotinas diárias e um encontro do bem-estar físico e psicológico.

Entre 1973 e 1990, o turismo sofreu algumas alterações como as viagens passaram a ser mais curtas quanto à duração e os destinos mais próximos do local de residência, sendo os hotéis de baixo custo os mais procurados. A partir deste mesmo ano, o turismo foi sempre crescendo cada vez mais.

Em 2007, o turismo já abrangia todas as classes sociais, aumentando assim a sua globalização, contendo turistas de todos os lados em toda a parte do mundo. A diversidade turística levou à diversidade de oferta, levando cada vez mais os turistas a procurar uma maior variedade de locais distintos e de culturas diferentes para explorar.

I.3 PORTUGAL E O TURISMO

Portugal é um país que sempre se demonstrou como um território bastante atrativo para a prática do turismo, devido a fatores como: as condições climatéricas e naturais, a hospitalidade dos portugueses, bem como a diferença económica de Portugal em relação aos restantes países, o que possibilitava a prática de preços mais apelativos sem diminuir a qualidade de atendimento.

Em 1911 foi criada a Repartição do Turismo, primeiro organismo oficial tutelar do turismo em Portugal, no IV Congresso Internacional de Turismo, realizado em Lisboa. Até então o turismo em Portugal passava apenas pelas termas, focando-se somente na cidade de Lisboa e na ilha da Madeira.

A Sociedade de Propaganda de Portugal (SPP), instituição de carácter privado, tinha como função a divulgação do turismo e foi através dela que surgiram algumas melhorias, pois esta apostava com tudo no crescimento do turismo.

Em 1920, com o final da guerra, Portugal procurou revolucionar a sua posição relativamente ao turismo, criando a Administração-Geral das Estradas e do Turismo inserida no Ministério do Comércio e da Comunicação, na qual se inseriram comissões com o objetivo de proteção e defesa dos monumentos nacionais, bem como de todo o património histórico português. Já em 1928, os casinos ligavam-se ao turismo, criando a Repartição de Jogos e Turismo que era incorporada no Ministério do Interior.

Em 1952 foi apresentado um projeto de Estatuto do Turismo pelo governo que, contudo, não foi aprovado, no entanto, dois anos mais tarde foi proclamada a Lei nº 2073 que dava a possibilidade a empresas hoteleiras de um acesso mais fácil ao crédito e algumas isenções fiscais de forma a estimular e aumentar o seu desenvolvimento. Posteriormente a função de supervisionar o turismo foi designada ao Secretariado Nacional da Informação, Cultural Popular e Turismo (SNI); foi também criado o Fundo de Turismo, responsável pelo estímulo ao crescimento deste e, passaram a ser criadas Zonas de Turismo, nas localidades que apresentavam pontos de interesse turístico como eram as zonas balneares, zonas para repouso ou zonas históricas em que predominavam monumentos. A criação dessas zonas necessitava de um parecer positivo por parte das câmaras municipais, por entenderem que estas salvaguardavam os interesses da população local.

O crescimento do turismo nos anos seguintes foi notável, principalmente no distrito de Lisboa, seguindo-se a cidade do Porto, Aveiro e Leiria. Ao contrário, o Algarve e a Madeira, que atualmente são vistos como os maiores destinos turísticos do país, tinham apenas uma pequena percentagem da capacidade hoteleira.

Em 1964 o turismo aumentou mais acentuadamente em Portugal, devido às melhorias económicas dos países industrializados. Nesse ano, surgiram então como destinos a Madeira, o Algarve e Troia e, como necessidade, foram edificados o aeroporto do Funchal e de Faro, para facilitar a entrada dos turistas. Nesta época surgiu então a Direcção-Geral do Turismo.

Fundou-se o Centro de Formação Turística e Hoteleira e surgiu a Secretaria de Estado e Informação. Surgiram também 20 novos Centros de Turismo para a promoção do mesmo e, assim, a capacidade hoteleira registou aumentos até 1977.

No tempo pós-revolução, em 1982, a capacidade hoteleira voltou a aumentar. Contudo, em 1979 o número de turistas registava um novo máximo.

Portugal continuou a apresentar um forte crescimento turístico, nos anos seguintes, registando uma das maiores taxas de crescimento da Europa entre 1980 e 1992.

O turismo em Portugal era constituído principalmente por turistas provenientes do Reino Unido e da Alemanha. O turismo concentrava-se maioritariamente no Algarve e em Lisboa, tendo como principais ofertas turísticas o sol e o mar. Sendo um grande desafio para o turismo português tentar diversificar-se, procurando novos mercados, motivações e atrações. Aparece então em 1980, o Plano Nacional de Turismo, que tinha como alguns dos principais objetivos diminuir as diferenças existentes entre as diversas regiões do país e proteger, preservar e valorizar o património natural e cultural, o qual também não foi adiante.

Com a entrada no novo século, “A análise da evolução do turismo na década iniciada em 2000 é uma tarefa que se depara com inúmeras discrepâncias estatísticas que não garantem a suficiente fiabilidade e as conclusões que delas se podem extrair não permitem o rigor exigível.” (Licínio Cunha, Op. Cit., 2013, p.78).

Consequentemente, foi criado o Instituto do Turismo de Portugal que se constituía pela Direcção-Geral do Turismo, pelo Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, pelo Instituto Nacional de Formação Turística e pela Inspeção Geral de Jogos.

Em 1997, foi aprovado o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), que deu a possibilidade da existência de novos destinos turísticos, assim como a apresentação de alguns que já tinham sido debatidos em anos anteriores como o Vale do Douro, por exemplo.

I.4 TURISMO NA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO

A região do Alto Douro encontra-se sem dúvida ligada ao turismo. Há várias décadas que se relata o regresso temporário de naturais da região que dela partiram na procura de melhorar a sua qualidade de vida, bem como o retorno da burguesia, residentes na sua maioria na cidade do Porto, que em grupos mais ou menos numerosos se deslocavam à região para acompanhar as vindimas. Como foi visto anteriormente, o turismo em Portugal deteve o seu grande desenvolvimento no final da década de 1950 e início da década seguinte, contudo a região do Douro, assim como todo o interior do país, não acompanhou essa tendência. Esta situação tem sofrido alterações, as motivações dos turistas deixaram de ser apenas direcionadas para os destinos turísticos habituais, convertendo-se cada vez mais para tipos de turismo alternativos, levando à afirmação e consolidação dessas regiões e neste caso em particular, da região do Alto Douro.

A região do Douro encontra-se em processo de melhoramento e as ofertas de animação turística constituem um elemento crucial para a região, sendo elas:

- Atividades de ar livre;
- A cinegética;
- Os museus;
- Os cruzeiros no rio Douro;
- O comboio turístico;
- A rota do vinho do Porto, onde se inclui o enoturismo.

I.5 ENOTURISMO

I.5.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO DO CONCEITO

De entre as modalidades de Turismo possíveis figura o Enoturismo, forma de Turismo ligada à cultura da vinha e do vinho. A ligação do Homem com o vinho é ancestral e confunde-se com as suas próprias origens. Durante muitos anos foi associado sobretudo à dieta mediterrânea, mais tarde à europeia e só após os Descobrimentos. Hoje, um pouco por todo o mundo esta ligação acontece, tendo-se enraizado nos hábitos e culturas de muitos países. Também o número de apreciadores é crescente, e apesar de hoje se beber menos vinho, a sua qualidade é melhor, fruto das profundas alterações que esta “arte” tem registado nas últimas décadas e que têm resultado, um pouco por toda a parte, numa agricultura nova, dinâmica e de rigor.

O aumento do interesse sobre o vinho e da curiosidade do consumidor em conhecer a origem e o produtor é o que leva ao desenvolvimento do enoturismo. A atividade enoturística também se centra no facto de as quintas serem locais agradáveis, conhecidos pelas suas paisagens e pelo seu clima, o que satisfaz cada vez mais a necessidade existente de contacto com a natureza.

O enoturismo não é só importante para o turismo em si, mas também tem uma grande relevância na defesa e promoção do património histórico e natural do vinho, daí o surgimento da Carta Europeia do Enoturismo em 2006, em que se definiu o conceito de enoturismo a nível europeu e em que se estabeleceu as linhas de cooperação de vários agentes para o seu desenvolvimento.

Hall e Macionis (1998) definem enoturismo como “...visitas a vinhedos, adegas, feiras de vinhos e outros eventos relacionados onde se realizam provas, sendo a busca dos atributos próprios do vinho e de cada região vinícola a principal motivação do visitante.”.

Charters e Ali-Knight (2002) definem também enoturismo como “...viagens efetuadas com o propósito de visitar adegas, regiões vinícolas e o seu modo de vida, mas complementam esta definição afirmando que o enoturismo é um produto turístico que combina a prestação de um serviço com o marketing do destino.”.

“O desenvolvimento do enoturismo é um processo longo, complexo e custoso, pelo que existem um conjunto de fatores (na perspetiva do consumidor) que podem determinar o seu sucesso e que assentam em três dimensões.” (Getz e Brown 2006).



Figura 1- Três pilares para o sucesso do Enoturismo segundo Getz e Brown (2006)
 Fonte – Elaboração Própria

O conceito mais abrangente de enoturismo é o que está explícito na Carta Europeia do Enoturismo, que se entende como “...todas as atividades e recursos turísticos de lazer e de tempos livres, relacionados com as culturas, materiais e imateriais, do vinho e da gastronomia autóctone dos seus territórios.”.

I.5.2 ENOTURISMO COMO POTENCIADOR DE DESTINOS TURÍSTICOS

Getz (2000) e Hjalager (2002) defendem “...a visão do enoturismo enquanto potenciador do desenvolvimento de destinos, afirmando que a atividade enoturística, devido à complexidade que apresenta, possui efeitos positivos no desenvolvimento local.”.

Segundo Getz (2000), “...à base dos recursos locais é acrescido valor (económico, cultural, social e ambiental) quando estes são aproveitados para a atividade vitivinícola. A esta atividade acresce valor quando é produzido vinho. Depois do processo de produção e engarrafamento do vinho, a sua exportação acrescenta valor económico à atividade. Se se considerar o enoturismo ele irá acrescentar valor a toda a cadeia, com especial destaque para a exportação, já que pode produzir uma maior notoriedade e visibilidade, contribuindo para o seu escoamento comercial e reconhecimento externo, que conduzem por sua vez à fidelização de clientes e à criação de uma imagem de marca associada ao produto ou até à região no qual este se integra.”.

Assim, Inácio (2010) enumera mesmo algumas das vantagens trazidas pelo enoturismo:

Visitantes



- Maior enriquecimento cultural e pessoal;
- Convívio e Lazer;
- Turismo de referência.

Destino



- Promoção de uma imagem forte, positiva e coesa;
- Aumento de visitantes e dos seus investimentos na região;
- Combate à sazonalidade com eventos em épocas de plantação e colheita.

Comunidade de Acolhimento

Indústria Vitivinícola

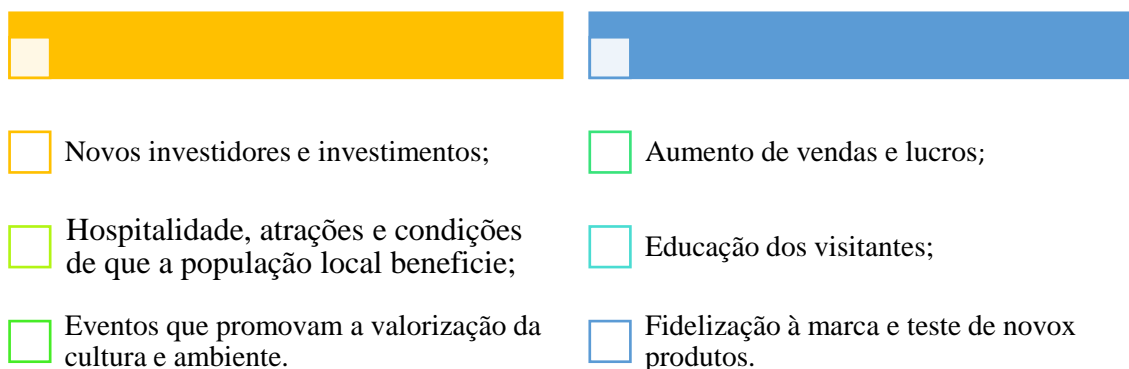


Figura 2-Vantagens do Enoturismo segundo Inácio (2010)

Fonte – Elaboração Própria

Skinner (2000) e Carlsen (2004) alertam, contudo, para os impactos negativos que o enoturismo pode causar na comunidade residente e na região vitivinícola, tais como:

- ❖ Degradação ambiental, poluição e erosão dos solos;
- ❖ Perda de propriedade das vinhas;
- ❖ Excesso de procura (o que pode sobrecarregar os serviços e as infraestruturas);
- ❖ Deterioração das condições de emprego;
- ❖ Especulação imobiliária;
- ❖ Marginalização da comunidade local residente;
- ❖ Aumento do tráfego automóvel (e conseqüente poluição).

Para Jones et al (2013), “...o sucesso dos destinos enoturísticos prende-se à capacidade de os destinos desenvolverem este produto, assim como potenciar parcerias, envolver a comunidade local e os atores gerais do turismo, e preservar o território numa perspectiva económica e ambiental.”. “Assim, cabe aos destinos enaltecer a cultura do vinho e dos lugares, numa perspectiva de autenticidade, sustentabilidade e competitividade.” (Deloitte, 2005 citado em Novais & Antunes, 2009), o que pressupõe um planeamento estratégico por parte de todos os agentes envolvidos. Neste campo, é fundamental que todos os colaboradores do turismo atuem de forma a proporcionar uma

experiência turística que transcenda esse âmbito, e se apresente enquanto experiência territorial holística, e permita, portanto, a metamorfose do vinho em produto turístico.

I.5.3 AS MOTIVAÇÕES DO ENOTURISMO

Existem atualmente 10 motivações principais para o enoturismo:

- ❖ Ter apreço e gosto pelo vinho;
- ❖ Colher conhecimentos e aprender tudo sobre o vinho;
- ❖ Ter a experiência de conhecer e participar no processo de produção do vinho;
- ❖ Desfrutar das paisagens envolventes;
- ❖ Conjugação da melhor forma a gastronomia com o vinho;
- ❖ Ter a possibilidade de comparecer em eventos relacionados com o vinho;
- ❖ Ter conhecimento da cultura e do ambiente envolvente do vinho e, participar nos mesmos;
- ❖ Observar e desfrutar da arquitetura e arte das adegas, vilas e aldeias das regiões em que se insere a produção do vinho;
- ❖ Tomar conhecimento da ecologia do vinho;
- ❖ Relacionar a saúde e os benefícios do vinho.

I.5.4 O PERFIL DO ENOTURISTA

As primeiras referências que se encontram em relação aos enoturistas não constituem as melhores descrições. Por exemplo, Spawton (1986, citado por Macionis & Cambourne, 1998:42) descreve-os como *mobile drunks*. Um ano mais tarde, Mckinna (também citado por Macionis & Cambourne, 1998:42) refere-se ao enoturista como *the passing tourist trade who think a winery crawl is just a good holiday*. Já Edwards (1989, citado por Cambourne & Macionis, 2000) considera-os como um segmento de mercado com grande probabilidade de realizarem enoturismo, qualificando-os como indivíduos educados e sofisticados.

The South Australian Tourism Comission (1996) cita a questão da experiência ao considerar que os enoturistas são aqueles turistas que se interessam por qualquer experiência relacionada com as adegas e a produção de vinho. Conceito semelhante com o de O'Neill e Palmer (2004) ao considerarem que o enoturista é qualquer pessoa que se envolve na apreciação dos elementos que estão relacionados com o vinho enquanto visita uma região de produção vinícola. Assim podem ser constatadas diversas características que os enoturistas possuem em comum:

- ✓ Educação e formação superiores;
- ✓ Turismo rural é um dos seus interesses mais acentuados;
- ✓ Maior interesse pela gastronomia local;
- ✓ Autenticidade;
- ✓ Procuram paz e tranquilidade;
- ✓ “Consciência de que as atividades ao ar livre se relacionam com saúde.”. (Reyes, 2012).

No que diz respeito ao fato de todos os visitantes de vinho serem ou não considerados enoturistas, Johnson (1998, referido por Alebaki e Iakovodou, 2011) coloca em questão se todos os visitantes de adegas são enoturistas já que há grupos que visitam uma adega apenas para compreenderem o processo de produção e não para provar o vinho. São diversos os procedimentos usados para analisar os enoturistas como um potencial mercado, tendo por base a sua caracterização.

No entanto, dois procedimentos são utilizados pela maior parte dos investigadores, sendo eles um em que os investigadores classificam os enoturistas considerando as suas características demográficas, de que são exemplo a origem, a idade, a educação e a família,

ou então um segundo procedimento em que os autores estabelecem um perfil detalhado das características psicográficas dos enoturistas considerando as suas motivações, interesses, opiniões, valores, atitudes, crenças ou estilos de vida (Mitchell & Hall, 2006; Charters & Ali-Knight, 2002). Mas os procedimentos não se limitam às características demográficas ou psicográficas. Getz (2000), por exemplo, considera ainda um outro critério para classificar o enoturista, que está relacionado com a forma como o turista procura a informação. Outros autores realçam o comportamento do enoturista como consumidor de vinho (Williams & Young, 1999).

“Para o produtor os visitantes ou são consumidores de vinho sofisticados que anseiam por novas informações e a maneira como elas podem ser obtidas, que correspondem a uma baixa percentagem dos visitantes de adegas (variando com a dimensão da adega e a reputação dos seus vinhos), ou em número maior os turistas normais que se limitam a olhar, a provar e a pouco mais, ou, maioritariamente, a categoria intermédia que corresponde aos indivíduos que não têm conhecimento específico sobre o vinho, mas que bebem regularmente vinho e que estão interessados em aprender e em passar por aquela experiência.” (Charters & Ali-Knight, 1999).

Charters e Ali-knight (2002) estabelece uma relação entre o nível de interesse geral de um indivíduo pelo vinho, o seu propósito imediato de visitar uma adega específica e as razões que o levam a planear a visita à região, ou seja, os seus planos para visitar atrações não relacionadas com o vinho.

Os enoturistas adquirem os seus conhecimentos através de diferentes fontes, de que são exemplos panfletos sobre vinhos, revistas, publicações, clubes de vinho e notas de degustação na adega ou na loja em combinação com a interação verbal com o pessoal de serviço na adega. Em contrapartida, os visitantes altamente envolvidos com o produto e com altos níveis de conhecimentos preferem fazer avaliações e comparações livres de qualquer influência do pessoal da adega. A busca de conhecimento e informação sobre o vinho é um indicador importante do envolvimento psicológico com o produto. O processo pode-se até considerar educativo tanto que um consumidor envolvido quer aprender em primeiro lugar sobre a produção do vinho e o vinho em geral e só depois sobre vinhos particulares.

No entanto, foi estipulada a divisão dos enoturistas em categorias, consoante o seu conhecimento sobre o vinho. Assim, Hall e Macionis (1998) propõem três tipos de

enoturistas, “...amantes de vinho (*wine lovers*), interessados em vinho (*wine interested*) e turistas curiosos (*wine curious*).”. Charters e Ali-Knight (2002), partindo desta delimitação de Hall e Macionis, citam a divisão dos enoturistas tendo em conta o interesse e conhecimento sobre o vinho. Sendo esta dividida em quatro tipos de enoturistas:



Figura 3- Categorização do tipo de enoturista segundo Charters e Ali-Knight (2002)
Fonte: Elaboração Própria

I.5.5 AS MOTIVAÇÕES DO ENOTURISTA

Apesar de não existir uma conceptualização única sobre o enoturismo há, no entanto, que considerar que uma grande parte da sua definição se centra na perspetiva do consumidor e não só nas perspetivas dos produtores de vinho e na gestão dos destinos turísticos. A literatura referente ao enoturismo revela que uma das necessidades de investigação nesta área é conhecer melhor o enoturista, tendo em conta as suas preferências, as suas motivações e as suas características pessoais e psicológicas.. Torna-se, portanto, muito importante determinar quais os atributos de uma região de vinho, para tentar compreender a intenção de um turista que deseja visitar uma região vitivinícola. No turismo associado ao vinho, que é uma proposta de segmento de turismo mais recente, a essência dessa associação é o “vinho” (Tonini, 2007). “No turismo de vinhos, cada cacho de uvas é diferente, não se podendo obter dois vinhos iguais, ainda que originários da mesma variedade de uvas de áreas geográficas próximas ou da mesma vinha.” (Favero & Rotta Antunes, 2007). O vinho é simultaneamente uma expressão de cultura de um território e um conjunto de tradições enraizadas na antiguidade. “O vinho identifica a comunidade local e a sua identidade, já que é uma ligação forte em relação ao território onde ele é produzido.” (Asero & Patti, 2009:2).

O enoturismo é assim uma combinação de atrações regionais e simultaneamente a exploração vitivinícola. O produto vitivinícola engloba não só a perceção do visitante sobre o serviço oferecido nas adegas, mas também pelos demais aspetos relacionados com o vinho. “A adega é normalmente o começo e o fim de uma visita, é um espaço concreto com diferentes características e onde se desenvolvem diferentes processos químicos e físicos até à obtenção do produto final que é o vinho e que poderá culminar com a compra deste.” (Elias Pastor, 2008).

“As motivações principais para o turismo de vinhos são as motivações intelectuais e o domínio de uma capacidade que permitem que o turista participe nas atividades mais identificadas com o turismo de vinhos, ou seja, visitar adegas e fazer provas. Outras motivações adicionais são aprender mais sobre vinhos, encontrar-se com os produtores, encontros sociais e passar um dia fora.” (Shor & Mansfeld, 2010).

Assim torna-se necessário compreender a base de motivações dos turistas já que pode ajudar as organizações a criarem estratégias para manter e desenvolver o seu próprio negócio. Cada destino turístico apresenta uma variedade de produtos e serviços para atrair turistas, logo, é muito importante perceber porque é que os turistas escolhem aquele

destino e também como os turistas se sentem relativamente ao local visitado. As motivações são variáveis ao longo da vida, de acordo com as experiências anteriores, com a etapa do seu ciclo de vida ou com o acesso a meios de divulgação, que poderão criar uma imagem sobre um destino. É amplamente reconhecido que os viajantes escolhem o seu destino ou tipo de férias de forma a satisfazer, de uma maneira otimizada, as suas necessidades. “A motivação é o principal influenciador de padrões de procura turística, sendo igualmente o principal determinante do comportamento turístico.” (Bogari et al, 2003; Sharpley, 1999). Quando um indivíduo toma conhecimento que certos destinos podem ter a capacidade de servir as necessidades que lhe foram induzidas, então surge a motivação para a viagem (Lubbe, 1998). As necessidades estão assim na base dos fatores motivacionais que levam um indivíduo a viajar. “As necessidades psicológicas são satisfeitas em parte através do lazer e das experiências da viagem já que escape e relaxamento são dois aspetos claramente associados com regiões de vinho, tanto que as imagens apresentadas sobre as regiões de vinho salientam, geralmente, uma paisagem idílica.” (Crompton, 1979; Charters, 2009).

“Verifica-se, no entanto, que em termos de motivações, a compra do vinho ocupa um lugar de destaque, adquirir o vinho produzido naquela região e naquela adega e levá-lo para casa representa um ato autêntico e com uma dimensão tangível, já que é adquirido um produto com uma cultura intrínseca, o qual lhe permite aceder a um outro modo de vida.” (Clemente-Ricolfe et al., 2012). Também a degustação do vinho ou as provas de vinho assumem um lugar de relevo nas motivações, sendo estas consideradas como primárias enquanto as motivações relacionadas com o aspeto da socialização, da aprendizagem sobre o vinho e do entretenimento constituem motivações secundárias.

O “mundo social do vinho” permite também ao enoturista usufruir da experiência de um estilo de vida diferente, como realizar viagens e socializar e, de desenvolvimento pessoal em que ele se possa relacionar com indivíduos ligados ao consumo e produção de vinho. Relacionadas com a visita à adega, encontram-se outras motivações como o facto de poder passar um dia relaxante, socializar com os amigos, desfrutar de um ambiente rural, comer no restaurante da adega, divertir-se ou conhecer o enólogo. Outros aspetos referidos são as visitas a adegas e vinhas que igualmente permitem degustar vinho e aprender sobre o seu processo de produção e a contemplação de uma paisagem diferente, onde a videira realiza o seu processo de crescimento. Devido ao ambiente rural em que o enoturismo se desenvolve é natural que a excitação ambiental possa estar na origem do motivo dos turistas para fazerem a sua viagem (Bruwer & Alant, 2009).

Tabela 1- As motivações dos enoturistas

Motivação para participar	Beverland <i>et al.</i> , 1998	Hall e Macionis, 1998	Macionis e Cambourne, 1998	Mitchell, Hall e MacIntosh, 2002	Ali-Knight e Charters, 2001
Atração turística rural e da adega	X	X	X	X	X
Provar vinho	X	X		X	X
Comprar vinho	X	X		X	X
Comer na adega	X	X	X	X	X
Aprender sobre a adega e sobre produção de vinho		X	X	X	X
Visitar as adegas		X	X	X	X
Encontrar-se com o produtor de vinho		X	X	X	
Gozar um dia no campo			X	X	
Tirar partido de outras atrações/ atividades	X	X	X		
Assistir a atividades e eventos		X	X	X	X
Tirar partido dos entretenimentos		X	X		
Socializar com a família e com os amigos		X	X	X	

Fonte: Lameiras, Edgar, Tese de Doutoramento—O perfil do Enoturista—o caso português (2015)

Ao concentrar-se nos padrões de comportamento dos visitantes de adegas, a literatura do enoturismo faz a sua classificação segundo padrões de motivação como é representado na tabela anterior. Hall e Macionis (1998) propuseram uma classificação tripartida dos visitantes das adegas: os *wine lovers*, em que a visita à adega é a única motivação, os *wine interested*, para os quais o vinho é um passatempo e os *curious tourists* que não compram nem bebem vinho, mas que consideram a visita a uma adega como uma experiência nova. Por conseguinte, Hall e Winchester (1999) fazem a proposta de quatro grupos distintos denominados *connoisseurs*, *aspirational wine drinkers*, *beverage wine drinkers* e *new wine drinkers*, diferindo as necessidades e motivações entre eles. No

entanto, relativamente às motivações, a compra do vinho ocupa um lugar de destaque (Alant & Bruwer, 2004; Bruwer, 2003; Charters & Ali-Knight, 2002). “Adquirir o vinho produzido naquela região e naquela adega e levá-lo para casa representa um ato autêntico e com uma dimensão tangível, já que é adquirido um produto com uma cultura intrínseca, o qual lhe permite aceder a um outro modo de vida.” (Clemente-Ricolfe et al., 2012). As provas de vinho também ocupam um lugar de igual importância nas motivações, tanto que Bruwer considera as motivações até agora apresentadas como as motivações primárias sendo a socialização, a aprendizagem sobre o vinho e o entretenimento consideradas como secundárias.

Clemente-Ricolfe et al. (2012), consideram como motivação também relevante receber informação sobre o vinho e sobre a forma como este é produzido.

“O mundo social do vinho permite também ao enoturista usufruir da experiência de um estilo de vida diferente e de desenvolvimento pessoal em que ele se possa relacionar com indivíduos ligados ao consumo e produção de vinho, procurando prestígio e status.” (Terrien & Steichen, 2008). Relativamente às visitas às adegas, podem-se citar outras motivações, como passar um dia relaxante, socializar com os amigos, aproveitar um ambiente rural, ter uma refeição no restaurante da adega, divertir-se ou até mesmo conhecer o enólogo. Outra motivação referida pode ser não só a visita à adega como também conhecer as vinhas de onde realmente provem o vinho e, aprender sobre o seu processo de produção. “Devido ao ambiente rural em que o enoturismo se desenvolve é natural que a excitação ambiental possa estar na origem do motivo dos turistas para fazerem a sua viagem.” (Bruwer & Alant, 2009).

I.5.6 RESUMO CONCLUSIVO DO TEMA

O conceito de enoturista é um conceito dinâmico e encontra-se ainda em fase de construção, não existindo atualmente uma definição unanimemente aceite sobre o que é o enoturista. Com o tempo, têm surgido diferentes procedimentos tendo em vista a análise e caracterização dos enoturistas, com base em diferentes características. Adquirir-se um produto turístico é uma forma especial de comportamento de consumo que passa por diferentes etapas. O comportamento do consumidor reflete o conhecimento como uma variável que influencia todas as fases do processo de decisão. Frequentemente, o nível de conhecimentos sobre o vinho tem sido usado nas investigações em enoturismo.

Diversos autores formularam diferentes classificações relativamente aos enoturistas, tendo por base o conhecimento que estes têm sobre o vinho. Uma das necessidades de investigação identificadas na área do enoturismo é o conhecimento mais aprofundado do enoturista, nomeadamente no que diz respeito à sua caracterização psicológica, aos motivos que levam o enoturista a visitar uma região de vinhos e às suas preferências. As motivações principais que têm sido apontadas para o turismo de vinho são motivações associadas à participação do turista nas atividades mais diretamente relacionadas com o vinho como são visitar adegas e fazer degustações de vinho.

Compreender-se as motivações dos turistas pode ajudar as organizações a criarem estratégias para desenvolver o seu negócio. A oferta de novos produtos que vão ao encontro de outros potenciais domínios de interesse para o enoturista, nomeadamente nas dimensões experiencial e emocional, é um desafio que se coloca às organizações responsáveis pelo enoturismo.

Nesse âmbito, o turista é convidado a observar os meios de produção, a interagir com o pessoal da adega, a provar o vinho, a envolver-se ao vivo com a temática do vinho, o que em conjunto constitui uma forte componente na criação de experiências memoráveis que têm a ver com os sentidos e com as emoções.

II. METODOLOGIA

Em termos metodológicos, nesta dissertação, primeiramente, é feita uma revisão bibliográfica dos principais estudos sobre o segmento turístico do enoturismo, que é relativamente novo, sobretudo na sua ligação à valorização cultural. Como região a RDD é escrutinada e contextualizada. Em seguida, é analisado o processo de outras empresas, incluindo algumas estratégias de entrada nos mercados internacionais. Também é analisada a internacionalização do setor vinícola. A pesquisa usa, sobretudo, métodos, documentais e qualitativos para entender a relação entre o enoturismo e a relação com o território.

Segundo este esquema acima realizado para uma melhor representação da estrutura e realização desta dissertação, pode-se verificar, que a mesma tem como tema principal o enoturismo e a cultura que o envolve na Região Demarcada do Douro. É feita uma apresentação de forma sucinta da sua localização e de diversas quintas que constituem esta região, bem como das suas ofertas, produtos vinícolas, atratividades e produtos culturais, evidenciando assim a relação imprescindível que existe entre as culturas e a produção dos vinhos das mesmas. Posteriormente e, nos mesmos moldes, é realizada uma apresentação do objeto de estudo, ou seja, foi escolhido como caso de



Figura 4- Metodologia da dissertação

estudo, o local onde o discente exerce funções, a Quinta da Côrte, evidenciando também as suas potencialidades, a todos os níveis, mostrando o que a torna um dos destinos mais procurados para turismo rural e através de questionários expostos aos próprios turistas, conseguir assim determinar novos projetos e propostas para um possível melhoramento do seu enoturismo.

II.1 OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO

Esta dissertação teve como objetivo de investigação estudar as valências da Quinta da Côrte relativamente ao enoturismo, tendo em conta o que os serviços disponíveis para os hóspedes/turistas, assim como detetar o que poderia ser melhorado e implementado, através da opinião dos mesmos. Para alcançar este objetivo geral, traçaram-se os seguintes objetivos específicos:

- ✓ Compreender a perspetiva dos hóspedes sobre a experiência vivida na Quinta;
- ✓ Identificar quais as nacionalidades e faixas etárias mais comuns nesta Quinta;
- ✓ Perceber se existe inovação na oferta enoturística desta quinta;
- ✓ Saber os tipos de experiência proporcionadas e o que se poderia melhorar;
- ✓ Repensar sobre a inovação na oferta enoturística, nomeando projetos futuros.

II.2 ESTRATÉGIA DE INVESTIGAÇÃO

Iniciou-se esta investigação fazendo uma revisão da literatura que incluiu a consulta de obras, teses, artigos, notícias e websites sobre os vários temas abordados. Seguiu-se depois uma pesquisa através de arquivos internos da Quinta da Côrte, com autorização dada pelos gerentes, de forma a explicitar tudo o que a englobava, nomeadamente, localização, estrutura, serviços e enoturismo.

Escolhido o objeto de estudo, procedeu-se á apresentação da possível investigação aos responsáveis de marketing e comunicação, e aos representantes dos proprietários, para uma possível aplicação das entrevistas aos hóspedes/turistas. Como o pedido de colaboração foi aceite, seguiu-se de imediato para a efetuação das entrevistas presenciais. Estas não foram em grande número, devido ao momento em que foram realizadas, ou seja, momento do ano de pouca afluência na Quinta da Côrte. Após a realização das entrevistas, estas foram analisadas, com o intuito de perceber o que se poderia mudar e o que se poderia fazer de novo para impulsionar o enoturismo.

II.3 RECOLHA DE DADOS - MÉTODO

Para a recolha de dados, utilizaram-se como métodos a entrevista individual e o questionário com questões abertas e fechadas. A utilização da entrevista deveu-se ao facto de esta ser um método de recolha de informações mais fácil baseado em conversas orais, que seria possível ao longo do decorrer do trabalho exercido na Quinta da Côrte. A sua principal função é examinar conceitos e compreender o sentido do fenómeno tal como é percebido pelos participantes e servir como principal instrumento de medida (Flick, 2005). A utilização do questionário deveu-se ao facto de este ser uma técnica de recolha de dados bastante estruturada que visa conseguir a informação específica que o investigador necessita. A opção por questões abertas e questões fechadas justifica-se pela intenção de, por um lado, pretender que o entrevistado exprima livremente a sua opinião, mas por outro, desejar que se manifeste somente em relação a um determinado tema. Foi, portanto, realizado um questionário que apresentava de forma lógica as questões respeitantes aos diferentes aspetos do tema. Os entrevistados responderam a uma série de questões relacionadas com a razão pela qual optam pelo turismo rural, pontos positivos e negativos e a razão pela qual selecionaram o objeto de estudo em questão e a sua oferta enoturística, para verificar qual o tipo de experiência proporcionada, se esta era inovadora e o que se poderia mudar para impulsionar mais o seu enoturismo.

Posteriormente, foram analisadas as entrevistas e realizado um pequeno tratamento de dados e uma descrição que envolve a construção de uma tabela de projetos futuros baseada nas mesmas.

❖ **Método Qualitativo – Entrevista**

Relativamente à análise qualitativa, com base na revisão de literatura, em artigos e entrevistas já elaboradas noutras dissertações e, tendo em conta as necessidades e métodos de trabalho do objeto de estudo, Quinta da Côrte, foi elaborado e adaptado da tese de mestrado “**A importância da experiência no turismo – O caso de Enoturismo da Região do Douro**” de Mariana Teixeira Vale (2014), um formulário de entrevista, em anexo, direcionado para turistas/hóspedes da mesma, com 7 perguntas:

1. Porque é que optou por apostar no Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
3. E quais os pontos negativos?
4. Em média, quantas vezes por ano visita uma quinta/adega vitivinícola?
5. Resumidamente, quais as suas motivações para visitar a Quinta da Côrte?
6. Como avalia o grau de satisfação relativamente à quinta visitada?
7. O que acha que poderia mudar ou ser acrescentado à Quinta da Côrte como projeto futuro?

❖ **Método Quantitativo**

“O método de investigação quantitativo, é o mais conhecido e usual comparativamente com o método qualitativo.”. (Fortin, 2006). “A investigação quantitativa assenta no paradigma positivista. Quer isto dizer, que este paradigma tem a sua origem nas ciências físicas e sugere que a verdade é absoluta e defende que os seres humanos são compostos por partes que podem ser medidas.”. (Fortin, 2006). Assim, foi então realizada uma avaliação empírica dos inquiridos e, posteriormente, o tratamento dos dados retirados, através do programa informático SPSS, não sendo realizado cruzamento de dados, pois pensou-se ser desnecessário neste caso tão simples.

Tendo em conta o objetivo da investigação, analisar a oferta enoturística da Quinta da Côrte, bem como o seu potencial como destino de turismo rural preferencial, a abordagem qualitativa revelou-se a mais adequada. A amostra foi selecionada tendo em conta que teriam de ser os hóspedes/turistas que usufruíam dos serviços de enoturismo e, por isso, se poderiam pronunciar com mais minuciosidade sobre estes, conseguindo assim uma maior veracidade na resposta das questões colocadas. Relativamente aos dados, estes foram então, como já referido anteriormente, recolhidos através de entrevistas e questionários aos hóspedes/turistas da Quinta da Côrte, cujo contributo irá ajudar a responder às questões de investigação. Por fim, a forma de análise dos dados obtidos será efetuada através do método qualitativo.

II.4 OBJETO DE ESTUDO: BREVE INTRODUÇÃO AO TEMA

Ao longo desta dissertação, foi-se introduzindo o tema chave da mesma, descrevendo o conceito de enoturismo inserido na região do Alto Douro Vinhateiro, bem como salientando pontos cruciais do mesmo, citando diversas quintas atualmente existentes, em que este está presente e se tornou importante no reconhecimento do turismo duriense. O objetivo do estudo da Quinta da Côrte, classificada como património da Unesco, localizada no alto Douro vinhateiro, a 3km do Pinhão, é precisamente por esta também se enquadrar no perfil acima descrito.

Foi escolhido este tema, pois esta quinta está inserida no tão falado turismo do Douro. Abordar-se-á tudo o que a envolve em relação não só ao turismo que a frequenta e ao que ela oferece ao turismo, bem como a sua história, criação, arquitetura e, claro, a sua atuação a nível de produção de vinhos.

III. ALTO DOURO VINHATEIRO – O ESTUDO DE CASO QUINTA DA CÔRTE

III.1 DOURO VINHATEIRO - A HISTÓRIA

A região do Douro é considerada uma das paisagens mais apelativas de Portugal, devido ao trabalho do homem no cultivo das vinhas mais vistosas do país. No entanto, é impossível precisar a origem da cultura da vinha nesta região. O maior aproveitamento dos recursos naturais desta região deu-se com a chegada dos romanos, como por exemplo das águas termais, a construção de pedreiras e, mais tarde de estradas e pontes que facilitaram a ligação entre os vários povos das redondâncias.

A Ordem de Cister, com o Reino de Portugal já consolidado, assumiu um papel importante na região, investindo na produção de vinhos através da compra de terras com boas condições para esse efeito. Também continham barcos, que transportavam os vinhos para a cidade do Porto, iniciando uma ligação que hoje se mantém. A cidade do Porto tornou-se e, é ainda hoje o principal distribuidor dos vinhos da região do Douro.

É no século XVI que se inicia um maior cuidado na arte do cultivo de vinhas de maior qualidade para o comércio, sendo nesta época que a vinicultura se tornou numa referência na paisagem nas proximidades da cidade de Lamego, sobretudo na encosta virada para o rio Douro, onde se denotam os vinhos da mesma. Neste seguimento continua então ao longo do século, um acentuado crescimento e expansão da vinicultura, sobretudo nos mercados europeus.

A designação de “Vinho do Porto” surgiu em 1675 por Duarte Ribeiro de Macedo (1618-1680). Devido ao surgimento de uma crise dos vinhos do Douro que sucedeu entretanto, por intervenção do Estado, foi instituída a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, a 10 de Setembro de 1756. Esta regia-se por três objetivos:

- A demarcação da região onde de daria a produção dos vinhos;
- Atribuição de uma categorização aos vinhos de acordo com a sua qualidade;
- Controlo da autenticidade do vinho para exportação, de modo a evitar falsificações e exportação de vinho de má qualidade.

Era também da responsabilidade da Companhia o fornecimento do vinho às tabernas do Porto e a exportação de vinhos, aguardentes e vinagres para o Brasil. No

entanto, deu-se um motim de taberneiros a 23 de Fevereiro de 1757 no Porto, que provocaram vandalismos e desacatos a bens pertencentes a elementos da mesma.

A região do Douro foi demarcada entre 1757 e 1761, na época da criação da Companhia e, como nos diz Gaspar Martins Pereira, esta região não foi a primeira, mas revela-se pioneira “...na articulação entre ideia moderna de “denominação de origem controlada...” e a criação de mecanismos institucionais de controlo e certificação, apoiados num vasto edifício legislativo. A primeira demarcação encontrava-se entre Santa Marta de Penaguião e o vale do Pinhão. Assim, entre 1788 e 1793, deu-se seguimento às demarcações com as demarcações marianas, aumentando a área de demarcação levando à expansão da mesma para região superior do Douro no séc. XIX.

Devido à vitória liberalista, a 30 de maio de 1820 foram retirados os poderes da Companhia, levando à extinção das demarcações existentes. Por motivos de força maior, os mesmo que levaram à fundação da Companhia, esta foi restituída a 7 de abril de 1838.

Na segunda metade do séc. XIX surgiram as pragas que provocaram um grande estrago nas vinhas durienses. A Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro foi substituída pela Comissão Reguladora da Agricultura e Comércio dos Vinhos do Alto Douro, em 1852, por Fontes Pereira de Melo (1819-1887), esta composta por agricultores e comerciantes e presidida pelo diretor da Alfândega do Porto, sendo que a Companhia passava a ser apenas uma sociedade comercial, como se mantém atualmente.

Mesmo assim, em 1865 foram extintas todas as entidades reguladoras da região, em que surgiu a liberalização do comércio dos vinhos. Entretanto, apareceu uma nova praga, provocando uma enorme destruição das vinhas, a filoxera, devido à importação de vinhas americanas através do proprietário da Quinta dos Montes que terá sido introduzida em Portugal na Primavera de 1863. No início, a propagação foi lenta, alastrando-se mais ao longo do ano de 1870. A destruição das vinhas, levou os agricultores a procurar alternativas ao seu cultivo como o tabaco, as árvores de fruto, o gado e os cereais. Nesta altura, devido às dificuldades que os agricultores suportavam, as propriedades da região foram adquiridas por homens de negócios, com capacidade financeira para replantar vinhas afetadas pela praga. Apareceu a ideia de enxertar cepas de videiras americanas com as cascas da região, uma vez que eram resistentes ao ataque da filoxera. Em 1880 a produção aumenta devido às novas plantações pós-filoxera e à expansão das quintas até à fronteira com Espanha, passando assim a existir uma oferta maior do que a procura,

trazendo consigo condições de extrema pobreza e, levando à emigração de muitos durienses. O Douro passou a ser uma das principais preocupações do país.

No dia 10 de Maio de 1907, através de João Franco (1855-1929) saiu um decreto que voltaria a regulamentar toda a região, desde a produção e venda, às exportações e fiscalização dos vinhos. Foi realizada novamente a demarcação, abrangendo uma área de 600 mil hectares e passando a denominação de Vinho do Porto a ser exclusiva, com um teor de álcool superior ou igual a 16, 5°. No ano seguinte, houve alterações ao decreto de João Franco, sendo a demarcação feita em relação às freguesias, já que anteriormente esta tinha sido feita consoante os concelhos. Esta já teria uma área próxima da atual.

Tabela 6: Períodos das demarcações na Região do Douro, Portugal.

Períodos das Demarcações	Descrições
1757-1761	Demarcações pombalinas
1788-1791	Demarcações marianas e alargamento da área demarcada.
1907	Alargamento da região do Vinho do Porto até à fronteira com a Espanha.
1908	Redução da área produtora do Vinho do Porto.
1921	A área demarcada passa a ser praticamente a atual região demarcada.

Figura 5- Períodos das demarcações na Região do Douro – Portugal
Fonte: adaptado de Sousa, 2001

A região do Douro voltou a apresentar melhorias, relativamente ao comércio, apenas com o fim da Primeira Guerra Mundial, em que as exportações atingiram recordes, no entanto, os produtores continuavam a passar por grandes dificuldades.

A criação da Casa do Douro, surgiu como proposta, no ano de 1932, por parte dos paladinos do Douro a António Salazar. Esta que seria constituída por viticultores e comerciantes cuja responsabilidade passava pela exportação dos vinhos e fiscalização dos mesmos, assim como a regulamentação de toda a produção da região. Foi posteriormente criada a 18 de Novembro de 1982.

As exportações não retomaram tão rapidamente como era o esperado após o fim da Segunda Guerra Mundial, levando o governo a tomar várias medidas no sentido de ajudar a região e os produtores. Sendo duas delas, obrigar os exportadores a comprar uma parte dos vinhos que a Casa do Douro tinha armazenado, para esta poder auxiliar os produtores e, a criação de adegas cooperativas. A primeira adega da região foi a Adega

Cooperativa de Mesão Frio, inaugurada em 1950 à que deu seguimento a adega de Peso da Régua.

Foi feita uma elaboração do “Plano das adegas cooperativas para a Região Demarcada do Douro”, por parte da Casa do Douro aprovada em 1955, o que levou à sua expansão.

Em 1974 foi registada uma grande melhoria em relação às exportações, aumentando a quantidade de vinhos comercializados com o estrangeiro e o valor das exportações. Após o 25 de Abril, as entidades responsáveis pela região voltaram a ser alteradas. O grupo de Exportadores de Vinho do Porto foi extinto, sendo substituído pela Associação dos Exportadores do Vinho do Porto. A Casa do Douro e o Instituto do Vinho do Porto mantiveram-se em funcionamento, no entanto, tiveram algumas alterações nas suas funções. Os grandes exportadores passam a adquirir propriedades na Região Demarcada, passando assim a produzir o seu próprio vinho e a exportá-lo. Por conseguinte, os produtores iniciam a venda direta dos vinhos, mas apenas dentro do país. Em 1986, surgiu a Associação de Produtores Engarrafadores de Vinhos do Porto e Douro, que tinha como principal finalidade a exportação dos vinhos, pelo que é autorizada a exportação direta dos mesmos a partir das quintas.

Em 1995 foi fundada a Comissão Interprofissional da Região Demarcada do Douro constituída por representantes dos viticultores e do comércio. A Casa do Douro continuou com as mesmas funções que tem atualmente. Nesta época denotou-se uma grande expansão e crescimento da região do Douro, o que se refletiu no aumento da produção e das exportações, assim como nos preços.

A UNESCO atribuiu à Região Demarcada do Douro, a dezembro de 2001, o estatuto de Património da Humanidade, na categoria de paisagem cultural, evolutiva, viva, o que deu origem ao Alto Douro Vinhateiro que reflete toda essa potencialidade e beleza nas suas paisagens durienses.

III.2 DOURO VINHATEIRO – A REGIÃO

“O Alto Douro Vinhateiro é a primeira região vitivinícola demarcada e regulamentada do mundo, cujas origens remontam a 1756, ano em que o Marquês de Pombal fundou a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, que tinha como função precisamente a demarcação da região e a regulamentação do vinho que nesta era produzido.”. (Sousa, 2002). A região é composta por 19 concelhos que se estendem ao longo das encostas do Rio Douro e dos seus afluentes Varosa, Corgo, Távora, Tordo e Pinhão (Turismo do Douro, 2014).



Figura 6- Concelhos da Região do Alto Douro Vinhateiro
Fonte -Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013

A Região Demarcada do Douro é subdividida em três regiões: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior.

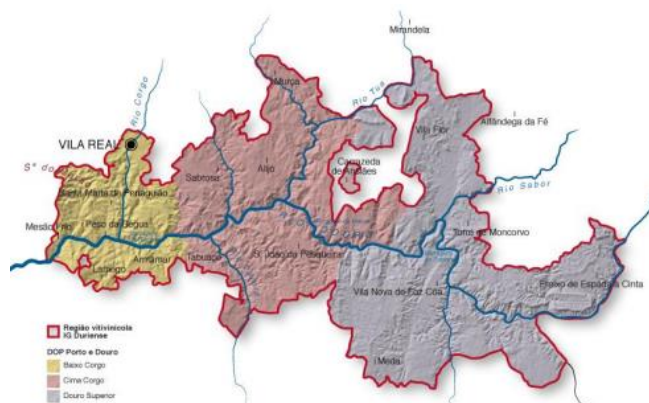


Figura 7- Região demarcada do Douro e as suas sub-regiões
Fonte – Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013

A UNESCO classificou parte deste território como “Património da Humanidade – Paisagem Cultural, Evolutiva e Viva”, desde 2001, com o objetivo de premiar “...a paisagem cultural do Douro, uma obra combinada do homem e da natureza, resultante de um processo multissecular de adaptação de técnicas e saberes específicos de cultivo da vinha em solos com especiais potencialidades para a produção de vinhos de qualidade, mas também o testemunho de uma tradição cultural antiga e simultaneamente de uma civilização viva que conseguiu ultrapassar adversidades como as condições ambientais difíceis.”. (Aguiar, 2002). Esta região ganhou também outros prémios, como o de destino turístico de excelência mundial, pela Organização Mundial de Turismo, o de uma das 77 maravilhas da natureza do Mundo (2009) e o 16º melhor destino para turismo sustentável (National Geographic Society, 2009).

O PENT (Plano Estratégico Nacional do Turismo) definiu como produtos estratégicos para o Douro, o turismo de natureza, a gastronomia e vinhos, tendo em consideração as suas matérias-primas, condições climatéricas, recursos naturais e culturais -.

A região do Alto Douro Vinhateiro é o local perfeito para os que gostam de natureza, uma vez que o sossego e a tranquilidade do reencontro com a natureza são o que mais perdura. O Rio Douro possui também condições para a prática de desportos em terra como a escalada, o rapel, o BTT, o todo-o-terreno e a caminhada e, desportos náuticos, tendo já recebido importantes regatas internacionais, entre os quais de destacam o rio Balsemão, Bestança, Paiva, Távora e Varosa. De destacar também as condições únicas para a prática de uma série de desportos em terra. Por fim, refere-se as grandes extensões de socacos que descem até ao leito dos rios, compondo cenários de beleza singular. (Turismo do Douro, 2014).

Outra das grandes atrações da região do Alto Douro Vinhateiro é a sua gastronomia típica, como o pão regional, os enchidos caseiros, o cabrito assado em antigos fornos de lenha, as trutas do Varosa, do Balsemão e do Vilar, os torresmos à moda de Cinfães, os milhos da Meda, o coelho bravo com míscaros dos prados de Moimenta da Beira, o bazulaque de carnes de Tarouca e as bôlas de Lamego. Dentro da gastronomia são também de salientar as doçarias e as frutas da região, tais como os doces de amêndoa de São João da Pesqueira, as cavacas de Resende e o bolo-rei e, as cerejas e castanhas dos souts de Penedono. (Turismo do Douro, 2014).

Como não podia passar em branco e sendo esta a principal atração, a região é tipicamente e principalmente conhecida pelos seus vinhos, pois este sempre foi e será, no Douro, o estímulo e a força de toda a dinâmica da mesma, por isso, é considerada a região de Portugal com maior produção de vinho. De acordo com o Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013 desenvolvido pela CCDRN, o negócio do vinho representa cerca de 473 milhões de euros na região. Os vinhos da região duriense resultam de uma combinação de solo (de granito e xisto), do clima (verões quentes e secos e invernos prolongados e gelados) e do trabalho do homem.

III.3 DOURO VINHATEIRO - AS ROTAS DO VINHOS

Por rota do vinho entende-se “um sistema integrado de relações entre o turismo e as indústrias vinícolas, por meio do qual os turistas podem se conectar à oferta turística de uma região vitícola.” (Ungureanu, 2015, p.196). “As rotas do vinho são constituídas por itinerários centrados na temática do vinho, que devidamente sinalizados e promovidos, motivam os turistas à sua deslocação.” (Hall, 2000). O conceito de rota do vinho, segundo Bruwer (2003 p.424), “...incorpora também imagens que sustentam a noção de exploração e de descoberta...”, “...uma vez que a experiência enoturística emerge em raízes ancestrais, complacentes com uma sociedade que valoriza a procura constante dos seus traços de identidade.” (Inácio, 2008). Para Lopes et al. (2004), “...as rotas dos vinhos são atualmente percebidas como um produto turístico de qualidade e de sustentabilidade, uma vez que a sua essência subentende a preservação do património natural.”.

Neste contexto, as rotas devem ser consideradas “instrumentos privilegiados de organização e divulgação do enoturismo.”, (Novais & Antunes, 2009, p.1254), que evidenciam as valências dos territórios e potenciam o desenvolvimento regional. Desta forma, “...um destino de enoturismo só é possível numa região demarcada com uma grande área de vinha, um grande número de produtores e um grande volume de produção que permita uma presença constante e alargada nos locais de distribuição.”, (Abreu & Costa, 2002 citado em Novais & Antunes, 2009, p.1256), assim como facilidades turísticas, que permitam potenciar experiências memoráveis aos seus visitantes (Saayman & Merwe, 2015), como é o caso da Região do Douro.

Para Gonçalves (2012, p.17) “...o sucesso de uma rota dos vinhos advém essencialmente da reputação do vinho da região, da organização das adegas e do acolhimento dos visitantes, da dinamização e promoção dos elementos endógenos e, da criação de um conjunto de serviços, atrações e eventos que permitem complementar a adega e qualificar a região enquanto produto de turismo integrado numa matriz cultural.”. De acordo com Pike (2008), “...a organização de festivais de vinho e a criação de páginas e conteúdos web, torna-se imprescindível para a promoção e funcionamento das rotas dos vinhos, nos dias de hoje, sendo a relevância das tecnologias e sistemas de informação evidente no âmbito do marketing turístico.”. (Buhalis & Foerste, 2015).

Portugal é um país geograficamente pequeno, no entanto, apresenta um enorme potencial no que diz respeito à produção de vinhos, cuja qualidade e singularidade é

reconhecida (AMPV, 2017). Nesta sequência, o programa de Cooperação Inter-regional Dyonísios, promovido pela União Europeia em 1993, criou as rotas dos vinhos em Portugal, estas que atualmente, são constituídas por 14 regiões vitivinícolas e 12 rotas dos vinhos (IVV, 2018; CVA, 2018), como se pode verificar no mapa apresentado de seguida:

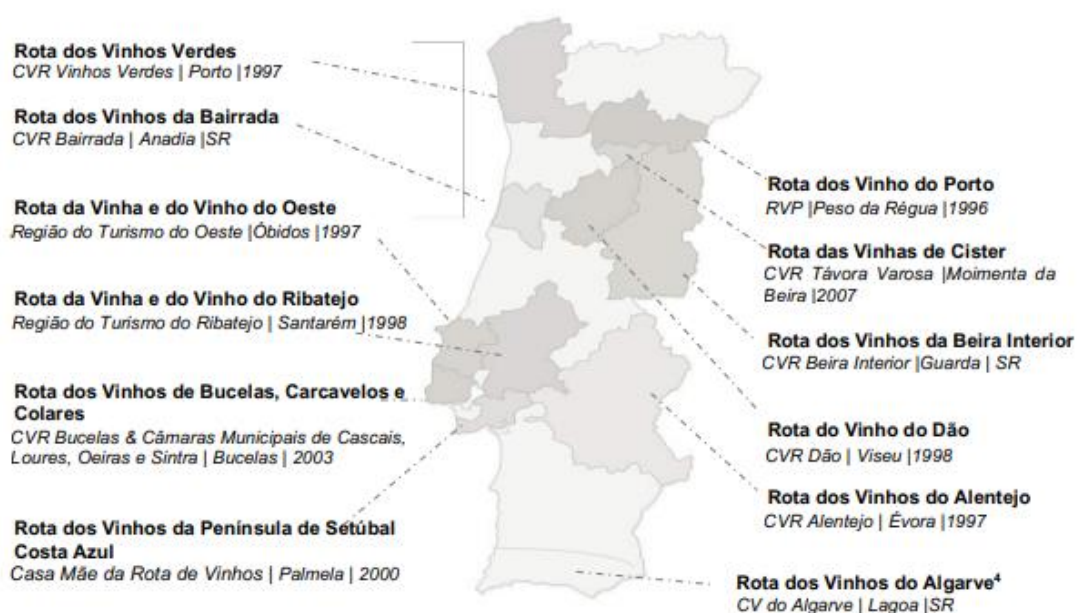


Figura 8- Rota dos vinhos de Portugal
 Fonte: Enoturismo: Proposta de desenvolvimento da Rota do Vinhos de Trás-os-Montes

III.4 DOURO VINHATEIRO – POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

Pela análise feita ao Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro, apresentado pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) em 2008 (CCDR-N, 2008), constata-se que os principais recursos e produtos turísticos, enquanto destino turístico são os seguintes:

- ❖ O vinho – Contém vinhos de qualidade única, incluindo brancos, tintos, aguardentes em que se sobressai o Vinho do Porto, e as suas tradições;
- ❖ O rio – Paisagem atrativa e rio navegável;
- ❖ A paisagem – Paisagem natural e reconstituída pelo homem, considerada como paisagem evolutiva e viva (Património da Humanidade);
- ❖ A segurança, tranquilidade e bem-estar – A segurança, a tranquilidade, ambiente sem poluição, o clima ameno e a gastronomia extraordinária;
- ❖ A história e património arquitetónico – Grande diversidade de património histórico-cultural de extrema importância, como edificações de povos pré-históricos, romanos, mouros e cristãos, sendo elas capelas, pontes, calçadas, mosteiros, casas senhoriais, castelos medievais e muitos outros sinais dessas civilizações;
- ❖ Património da Humanidade – Em 14 de Dezembro de 2001, a UNESCO elevou a região do Alto Douro Vinhateiro a tão alta classificação, premiando-a. Região esta que reúne 3 características na sua paisagem que a distingue: o carácter único do território, a relação natural da cultura do vinho com a oliveira e amendoeira e a diversidade da arquitetura local (Douro, 2011), bem como a arte rupestre do Vale do Côa e a proximidade a outros com a mesma classificação.

III.5 DOURO VINHATEIRO – ARQUITETURA PAISAGÍSTICA

Na própria vinha que envolve a paisagem da Região Demarcada do Douro, pode-se constatar a sua evolução, devido à diferentes formas de apresentação do terreno de cultivo, sendo esta um marco da mesma região.

Assim sendo consegue-se observar duas formas distintas na apresentação do terreno da Região Demarcada do Douro, a mais tradicional, que é manual ou usa o auxílio de animais, incluindo os calços pré-filoxera e os terraços pós-filoxera que continuaram a ser construídos até ao ano de 1970. Os muros de suporte feitos de xisto são desde então a principal característica destes terrenos. Pode-se também apresentar o terreno usando a forma mecanizada, em que a vinha ganha a forma de patamares com talude em terra e aparece a dita vinha ao alto.

Portanto, os terrenos apresentavam grande dimensões, acompanhando o declive natural do terreno e os muros de suporte (em xisto) tinham uma altura superior sendo então possível plantar uma maior extensão de vinha. Contudo, visto que este não possibilita a utilização de máquinas agrícolas e necessita de um maior número de trabalhadores para fazer a vindimas e restaurar os muros de suporte, torna-se mais dispendioso.

. Esta nova forma apareceu depois do ataque da filoxera. Tinham como base a construção de muros baixos em xisto que acompanhavam o redor do terreno. As videiras eram, portanto, implantadas, numa fiada ou por vezes em duas, conduzidas individualmente por uma estaca de madeira e, não continham qualquer inclinação. Devido ao aparecimento da filoxera que extinguiu parte das vinhas, esta forma de vinha passou a ser a característica da região.

Por conseguinte e devido à escassez de mão-de-obra e ao seu alto custo, foram implantadas novas formas de armação do terreno que permitiam a mecanização das vinhas, dando então lugar às citadas anteriormente, vinhas em patamares e ao alto. As vinhas em patamares consistiam na apresentação das encostas através de patamares até 4 metros de largura, que eram divididos por taludes construídos em terra, o que possibilitava a implantação de 2 bardos de videiras. Os patamares tinham acesso, através de caminhos nos quais podiam passar os tratores (forma mecanizada).

Já a vinha ao alto, consistia na apresentação dos bardos das videiras consoante o a inclinação do terreno, contendo também caminhos de serviço que possibilitam a passagem de tratores e pessoas.

As mudanças sociais e económicas com que as populações da região se defrontaram e defrontam atualmente, conseguem-se observar na evolução dos diferentes modos de cultivo das vinhas.



Calços pré-filoxera



Terraços pós-filoxera



Vinha em patamares



Vinha ao alto

Figura 9- Evolução das diferentes formas de cultivo das vinhas
Fonte: Elaboração própria

III.6 DOURO VINHATEIRO – O VINHO

O vinho representa em Portugal um traço marcante da nossa cultura, sendo considerado, portanto, parte do seu património, pois marcava sempre presença na vida dos homens e do seu cotidiano, nos momentos de lazer ou nos momentos de trabalho.

Portugal participou como país membro da Comunidade Europeia, e assim o conceito de Denominação de Origem foi harmonizado com a legislação europeia, e criou-se o Vinho Regional, para os vinhos de mesa com indicação geográfica, o que reforçou a qualidade dos vinhos portugueses (Cavaco, 2005). Com base na alínea a) do art.2º do Decreto-Lei nº.212/04, de 23 de Agosto, o termo Denominação de Origem é utilizado para designar o produto cuja originalidade representa uma determinada região, local ou denominação tradicional, o que identifica o produto. É tido em consideração a origem e produção nessa região e a qualidade/características específicas, que provém do meio, fatores naturais e humanos. É realizado um controle rigoroso, a começar pelas castas utilizadas até aos métodos de vinificação.

“É interessante destacar que os vinhos portugueses são considerados diferenciados em relação aos vinhos produzidos em outros países, pois, estudos recentes indicam que Portugal produz vinhos excelentes, diferentes dos produzidos no resto do mundo; admite-se que a principal característica da vitivinicultura portuguesa, possa ser a diversidade, essencialmente devida aos fatores edafo-climáticos (clima, solos e variedades de videiras)”. (Cavaco, 2005, p.10). Esta afirmação baseia-se na existência de diferentes castas portuguesas que conferem aos vinhos portugueses uma grande diferenciação da produção em relação tanto aos países da Europa, como a nível mundial.

Na Região Demarcada do Douro, houve uma grande transformação na sua paisagem e cultivo, que combinou técnicas tradicionais e técnicas inovadoras, o que deu uma nova e exclusiva identidade à mesma. Em 1907, ocorreu uma nova demarcação que abrangeu uma área superior à atual, pelo que é nesta altura que se manifestam os tratados de comércio com a Alemanha e a Inglaterra, onde o vinho do Porto é o principal. Pois é nesta época autorizado o transporte de vinho do Porto por estrada que, até então, só se efetuava de barco ou comboio. Foi também nesta altura que se começaram a construir as barragens do Douro, “Aposta-se, por isso, não na exportação dos vinhos finos do Douro sob a marca Porto, mas sim nos vinhos tranquilos. Os generosos do Douro conhecem novo incremento exportador a partir de 1961.”. (Magalhães, 2011, p.143).

A economia no país melhorou, devido à queda do Estado Novo em 1974, o que levou a uma maior exportação de vinho do Porto e subida do seu preço, resultando numa maior procura interna e externa.

Por conseguinte, as quintas voltam a ser habitadas pelos seus produtores e estes tratam dos seus vinhos e vinhas. Para poderem assumir a direção da estrutura vinhateira envolvente, um grande número de familiares dos proprietários forma-se em Enologia, surgindo assim muitos produtores engarrafadores. Atualmente, quase todas as casas de vinho do Porto, têm vinho de mesa. Começam, portanto, a aparecer vinhos das quintas, com qualidade. A Região Demarcada do Douro deve o aumento do seu poder económico ao vinho, que permitiu um avanço nos seus rendimentos e um salto do país para o mundo.

No século XXI ocorreram algumas inovações, entre elas, a disponibilização das casas, já restauradas, existentes nas quintas por parte dos seus produtores como apoio a turistas, surgindo assim o alojamento rural. “No Douro, o conceito de quinta implica a presença, na propriedade assim considerada, de edificações para residência do proprietário (casa grande), do caseiro, do feitor e, nalguns casos, de trabalhadores rurais, bem como estruturas vinárias e de armazenamento dos vinhos.”. (Magalhães, 2011, p.164).

Portanto, a casa de habitação complementando-se com as estruturas de apoio à atividade de vitivinicultura dão origem à formação de uma Quinta que pode também denominar-se como uma unidade agrícola. Dentro da estrutura vitivinícola existem os lagares e as cubas, que são determinantes para a produção dos vinhos. O lagar, foi desde sempre, considerado bastante importante, pois o objetivo era receber as uvas das vindimas e fazer a pisa com os pés humanos, não danificando o produto e mantendo a temperatura correto, também ela importante para o processo de vinificação. A sua construção era feita em granito e ao longo dos anos foram introduzidas as aberturas para que o líquido saísse, deixando o mosto (as grainhas e pele da uva) no local. Com o passar dos anos, muitos dos lagares foram substituídos por aço inoxidável, resistente à oxidação e que continha nas suas paredes controlo de temperatura, necessário à fermentação para a manutenção da qualidade do vinho.

Nesta época de novas tecnologias, foram também ela implantadas nas adegas com o objetivo de permitir a ligação-sequência automática dos processos de vinificação, como a passagem da uva para os lagares e a separação do líquido e do mosto para diferentes

locais, sem ser necessária a mão humana. Assim aparece a Adega Moderna, que também explora de modo mais interno as possibilidades do Enoturismo.

Atualmente, a substituição da pisa humana por mecanismos é muito comum, existe sempre também a presença de enólogos nas quintas pelo que a produção de vinho é indispensável, tanto quanto os técnicos de vinho e relações-públicas. Para a substituição das antigas adegas, surgem novos equipamentos ligados à tradição do vinho, denominados de edifícios contemporâneos que apresentam uma elevada qualidade arquitetónica, pelo que enquadram na paisagem, denominando-se assim de Arquitetura do Vinho. Juntando todas estas mudanças e aumento de atrações, como a paisagem e os vinhos do Douro criaram-se as associações de produtores, sendo elas os Douro Boys e os Lavradores da Feitoria, que tinham como finalidade a divulgação e venda dos seus vinhos. Em 2003 formaram-se então os referidos Douro Boys, um grupo de amigos, familiares e proprietários de cinco quintas, Quinta de Nápoles, Quinta do Vallado, Quinta do Vale Dona Maria, Quinta do Crasto e a Quinta do Vale Meão que se decidiu unir, para a promoção do Douro, com o objetivo de partilhar experiências e conhecimentos relativos aos seus produtos, o vinho essencialmente. Pretendiam, portanto, dar ênfase ao marketing, uma vez que o Douro, depois de ser classificado como Paisagem Património Mundial, se tornou num dos maiores atrativos turísticos de Portugal. No entanto, os Lavradores da Feitoria, são constituídos por um conjunto de produtores de vinho do Douro, com cerca de quinze quintas, criados no ano 2000. Têm como finalidade a continuação do comércio internacional do vinho do Douro. Contem enólogos próprios, serviço de viticultura, uma quinta com cinco hectares em Sabrosa e o marketing. “Os *Douro Boys* são um conceito, os Lavradores da Feitoria são uma forma de valorização de um excedente de uvas que eram menos valorizadas.”. (vide Anexo1- Entrevista A).

Foi devido a esta perseverança na promoção dos vinhos do Douro, que estes se tornaram cada vez mais reconhecidos nacionalmente e mundialmente, pelo que já lhes foram atribuídos diversos prémios, como também às terras e à arquitetura presentes nesta região.

III.6.1 O VINHO – BREVE DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS VINHOS DO DOURO

<p style="text-align: center;">Vinhos Tintos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produção através das castas como a Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Roriz (Aragonez), Tinta Barroca e Tinto Cão; • Pode ter apenas uma casta (Touriga Nacional, Touriga Franca ou Tinta Roriz); • Característico do Douro. 	<p style="text-align: center;">Tintos para consumir jovens</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apresentação de uma cor rubi e aromas de frutos vermelhos como framboesas e morangos, e condimentos florais e de madeira; • Corpo médio e adstringência equilibrada; • Acompanhamento de pizzas, massas... • Temperatura adequada aos 13° e aos 15 °C. 	<p style="text-align: center;">Tintos de Guarda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundidade de cor e intenso; • Aromas delicados e subtis, no entanto complexos; • Rótulo contém a designação Reserva ou Grande Reserva; • Acompanhamento de pratos da cozinha tradicional portuguesa como o cabrito assado... • Temperatura adequada aos 16° e aos 18 °C.
<p style="text-align: center;">Vinhos Brancos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vinhos secos produzidos por várias castas como a Malvasia Fina, o Viosinho, o Gouveio e o Rabigato; • Boa intensidade aromática e boa complexidade e geralmente, fermentam ou estagiam em madeira, apresentando uma cor dourada e aromas tostados e de fruta tropical; • Designação Reserva e Grande Reserva; • Temperatura adequada aos 12°C. 	<p style="text-align: center;">Branco para consumir jovens</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cor pálida, com refrescantes aromas a fruta e florais; • Acompanhamento de pratos de peixe, saladas e, podem também ser aperitivos; • Temperatura adequada aos 8° e aos 10 °C 	<p style="text-align: center;">Vinhos Rosados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produção através da maceração ligeira de uvas tintas; • Cor rosada e com aromas de framboesa, cereja e rebuçado; • Suave, doce e ácido; • Aperitivo no verão; • Acompanhamento da gastronomia oriental; • Devem ser consumidos enquanto jovens (1 a 2 anos) e servidos à temperatura de 10° a 12° C.

Figura 10- Principais vinhos do Douro
Fonte – Elaboração própria

- Com menos expressão dos que os restantes vinhos, pode-se ainda encontrar o Moscatel do Douro, o Espumante do Douro e vinho novo (vinho da última vindima), bem como o Colheita Tardia, elaborado com uvas em sobre maturação por ação da podridão nobre.

III.7 DOURO VINHATEIRO – AS QUINTAS

“O enoturismo liga o visitante à cultura e à vida no meio rural, pois nos últimos anos, a necessidade de entender os lugares como portadores de valores e tradições, tem levado as pessoas a verem as áreas rurais como locais de valores, de recursos e de cultura.”, argumenta Privitera (2010), o autor considera, assim, “...que a agricultura tem desempenhado um papel multifuncional, e, ao se ligar ao turismo, passa a proteger e explorar o seu património como uma ferramenta de interconexão entre produtos locais e os valores das tradições culturais.”. Neste sentido, destaca-se a ligação entre o turismo, o cultivo da vinha e a produção do vinho ocorrente nestas mesmas quintas.

Segundo Privitera (2010), “...o turismo do vinho é capaz de dinamizar a competitividade de um território, incrementar e melhorar a produção vinícola, respeitar o meio-ambiente e melhorar as condições de vida dos moradores.”.

A Região Demarcada do Douro é caracterizada pela existência de pequenas aldeias, com casas de habitação e edifícios destinados às mais variadas atividades relacionadas com o cultivo da vinha. A quinta “... nasce de acordo com objetivos muito concretos, sendo a casa uma arquitetura de habitar, o lagar e a adega uma arquitetura de produzir e o jardim e as vinhas uma arquitetura da paisagem.”. (Carlos Almeida in Património – Riegl e hoje. Porto, 1993, p.410.).

A procura das quintas produtoras do vinho do Porto e dos vinhos de mesa duriense é especialmente alta na época das vindimas pelo que representam grande parte da oferta enoturística da região do Alto Douro Vinhateiro. Nesta época de procura é permitido aos visitantes a participação na produção do vinho, através da apanha ou da pisa da uva. Estas quintas durienses continuam abertas aos visitantes, ao longo do ano, apresentando as mais variadas atividades como a prova de vinhos, a visita às caves e vinhas, a degustação de refeições da gastronomia local acompanhadas pelo vinho da região, entre muito mais. “A maioria das quintas dispõe já de inúmeros serviços que visam satisfazer o visitante, tais como alojamento, restauração ou a disponibilização de espaço para a realização de vários eventos, desde as pequenas reuniões empresariais a grandes festas privadas.”. (Turismo do Douro; Douro Valley, 2014).

III.7.1 BREVE DESCRIÇÃO DE DIVERSAS QUINTAS DO ADV

III.7.1.1 QUINTA DO VALLADO:

A Quinta do Vallado encontra-se situada na margem norte do rio Douro, na freguesia de Vilarinho dos Freires, encontrando-se a cerca de 5 km da capital do concelho, a cidade de Peso da Régua. Esta quinta apresenta-se como uma das quintas mais antigas da Região Demarcada, tendo pertencido a Dona Antónia Adelaide Ferreira (1811-1896), uma das maiores



Figura 11- Quinta do Vallado; Fonte – Allaboutportugal.pt

proprietárias da região. Inicialmente, a

quinta destinava-se à produção de vinho do Porto mas em 1993, optou por alargar a sua atividade à produção, engarrafamento e comercialização em nome próprio, distanciando-se assim da Casa Ferreira. Houve uma reestruturação das vinhas existentes na propriedade, atualmente, a quinta encontra-se sobe a alçada dos tetranetos de D. Antónia.

Dada a grande expansão da produção vinícola da Quinta, surgiu a necessidade de expandir a sua área de produção, iniciando-se contactos entre os responsáveis da quinta e o arquiteto Francisco Vieira de Campos. A prioridade do projeto passava por assegurar a preservação dos edifícios existentes, complementando-os com a inclusão de novos elementos que assegurassem uma harmonização do conjunto com a paisagem circundante e que assegurasse o funcionamento do processo de transformação pela ação da gravidade. A sua construção iniciou-se em 2008.

A receção dos visitantes acontece à cota inferior do conjunto de edifícios, neste mesmo local existe um espaço dedicado à compra de produtos e à prova dos vinhos. A decoração é assegurada apenas pela presença de bancos e mesas de madeira e uma parede que serve de expositor de vinhos. Ao fundo do espaço de receção, surge uma escadaria que guia os visitantes até ao armazém de barricas, ex-libris de todo o conjunto arquitetónico. Pelo exterior o armazém das barricas apresenta uma forma paralelepípedica, resultando num espaço vazio entre o interior e o exterior, usado para a passagem das infraestruturas necessárias. O volume é revestido a ardósia, surgindo como um socalco típico da região, ficando parte em consola e assumindo a sua artificialidade sem com isso perder a sua relação com o meio envolvente, criando um diálogo entre o objeto arquitetónico e a paisagem. Na cota mais alta encontra-se o edifício de fermentação

com cobertura acessível, sendo a partir desta que se inicia o processo de fabrico do vinho. No seu interior encontram-se as enormes cubas em aço inoxidável onde as uvas, já prensadas, começam o processo de fermentação. À imagem dos anteriores, este edifício encontra-se revestido a ardósia. Num dos edifícios existentes encontram-se os equipamentos dedicados à produção do vinho branco e os antigos lagares da quinta. A intervenção foi concluída em 2010. Concluído o projeto da adega, foi pedido ao arquiteto que criasse uma unidade hoteleira para a Quinta do Vallado. Esta possuía já, desde 2005, 5 quartos na antiga residência de Dona Antónia. Contudo, pretendeu-se expandir a capacidade hoteleira da Quinta. Assim, a nova unidade hoteleira conta com 8 quartos situada na proximidade da unidade existente.

A unidade hoteleira encontra-se implantada na frente de um enorme muro de suporte, de forma curva que leva à residência principal da quinta. A solução encontrada foi dividir o edifício em três alas, conseguindo assim dissimular o muro e implantar o novo edifício mais perto deste, criando assim uma tensão entre o pré-existente e o novo. No piso de entrada encontram-se os serviços, uma biblioteca e o espaço de refeições. No piso superior situam-se os quartos divididos pelas três alas, sendo que dos 8 quartos, os dois das extremidades do edifício são suites. O interior apresenta madeira de pinho e carvalho, que proporcionam uma maior sensação de conforto e, a ardósia surge igualmente como um elemento abundante. Exteriormente, o edifício apresenta uma linguagem similar à intervenção anterior, sendo que o revestimento em ardósia possibilita uma maior integração do objeto arquitetónico no meio envolvente.

III.7.1.2 QUINTA DO PORTAL

A Quinta do Portal situa-se em Celeirós, concelho de Sabrosa, distando aproximadamente 25 km da capital de distrito, a cidade de Vila Real. Apesar de a família proprietária da Quinta do Portal se encontrar envolvida na produção de vinhos desde 1881, com a Quinta dos Muros, apenas em 1994 surgem os vinhos da Quinta do Portal, fruto da aquisição de duas quintas no concelho de Sabrosa, originando assim uma maior produção de matéria-prima, iniciando o engarrafamento e comercialização dos seus



Figura 12- Quinta do Porta; Fonte – Allaboutportugal.pt /

próprios vinhos. Surgiu a necessidade de aumentar a capacidade de armazenamento da Quinta, com a construção do novo Armazém de Estágio e Envelhecimento de Vinhos, dando-se início à sua construção em 2005. O resultado apresentado é um edifício de forma simples, em consequência da sua função, encontrando-se integrado na região envolvente, através da utilização de materiais de revestimento como o xisto e a cortiça. O edifício é constituído por 3 pisos, os dois inferiores dedicados ao armazenamento dos vinhos e o superior para atividades mais sociais e dedicadas aos visitantes. O piso inferior encontra-se enterrado, possibilitando assim temperaturas mais baixas e maiores percentagens de humidade, reunindo as condições ideais para o estágio dos vinhos tintos. Este piso encontra-se ainda equipado com pulverizadores, possibilitando baixar a temperatura e aumentar o nível de humidade caso seja necessário. No piso intermédio encontra-se o acesso dos visitantes ao edifício. O armazém do Vinho do Porto aparece no mesmo piso, não necessitando de temperaturas tão baixas como o vinho tinto. O piso superior contém um auditório e possibilita o acesso à cobertura que permite uma vista panorâmica sobre as vinhas da Quinta e é aqui que Siza Vieira implanta um portal, o elemento que dá nome à Quinta. Na cobertura, Siza Vieira cria com um muro em curva, um momento de tensão no percurso, com a passagem do portal acede-se a um espaço amplo que possibilita usufruir de todo o esplendor da paisagem.

Um dos elementos mais emblemáticos desta construção é a sua escadaria, que possibilita aos visitantes percorrerem os diferentes pisos do edifício. Construída toda em betão, assemelha-se a uma escada palaciana carregada de simplicidade e contemporaneidade.

A Quinta do Portal encontra-se, portanto, dividida em três partes distintas. A primeira parte, constituída por três pisos é a mais social do edifício, onde se dá a chegada dos visitantes e o acesso ao interior, marcado com uma pala. O acesso dá diretamente para a receção que se apresenta com um chão em mármore bege e paredes brancas, transmitindo uma sensação de frescura a quem aqui chega. É ainda possível encontrar uma loja, onde são comercializados os vinhos, assim como azeite e algumas lembranças, bem como um espaço dedicado ao armazenamento de vinhos engarrafados, prontos a serem apreciados.

O acesso ao piso superior dá-se pela receção, neste o turista depara-se com a zona administrativa da adega, existindo um gabinete, uma sala de reuniões e um laboratório para análise aos vinhos. No terceiro e último piso, existe uma sala de provas e é possível aceder à cobertura ajardinada da adega, possibilitando uma visão geral de toda a quinta. A parte central encontra-se dividida por um corredor longitudinal que assegura a distribuição para a área de armazenagem das barricas e o espaço de engarrafamento e de fermentação dos vinhos brancos, este sector é todo em betão à vista. Por último, surge a zona de receção das uvas e o espaço dedicado à fermentação dos vinhos tintos. Este sector funciona por gravidade, já que a receção das uvas se dá num piso, caindo estas de seguida para o piso inferior. Cores e materiais mais serenos na região do Douro e o branco característico da região alentejana.

III.7.1.3 QUINTA DO VESÚVIO

Situada no Douro Superior, a Sudeste do rio Douro, a Quinta do Vesúvio, inicialmente era denominada de Quinta das Figueiras, data de 1565, com plantação de cereais. Só no século XIX (1827) é que se iniciam os trabalhos de viticultura, com



António Bernardo Ferreira “construindo socalcos, estradas, edifícios - e, claro, plantando, plantando, plantando.”. (LIDELL, 1992, p.163). Mas foi com o impulso da Ferreirinha, sua nora e sobrinha, que as práticas vinícolas começaram a crescer, inicialmente

Figura 13- Quinta do Vesúvio; Fonte – Allaboutportugal.pt aumentando a área da quinta com a compra de terrenos próximos. A plantação já era feita ao alto. A Quinta do Vesúvio era conhecida por albergar a maior adega do Douro da época e era apreciada como a maior e melhor quinta do Douro, propriedade de Dona Antónia. A casa era considerada grande, com 23 divisões e uma capela. Na parte de trás, paralelamente ao rio, situam-se a adega e o armazém de cariz convencional. Este volume organiza-se em dois lados opostos de um eixo central, geometricamente iguais. Todos os materiais presentes são vernaculares. A adega tem cerca de 60 metros de comprimento e organiza-se em dois patamares distintos, como que construída nos socalcos. Uma das portas de acesso ao armazém encontra-se nesta zona superior, com acesso direto à linha férrea, dispendo-se oito lagares em granito. A passagem para a zona da cota inferior, a zona de armazenamento, faz-se seguindo o eixo. As paredes mantêm-se em xisto branco, o pavimento em granito, incluindo os lagares e escadas e as guardas destas em ferro, as asnas que suportam o telhado são de madeira, bem como todas as portas e portadas. A quinta beneficia de uma estação na linha de caminhos de ferro, denominada “Quinta do Vesúvio”, ainda hoje em funcionamento.

Esta foi uma das quintas prejudicadas com a construção das barragens, em 1973, pois como se encontra à beira-rio, o nível da água subiu e destruiu algumas vinhas. Durante a vindima ainda se segue o conceito tradicional, onde são utilizados os pés de 50 homens, para esmagar a uva, conforme prescrição da família *Symington*, grupo proprietário da quinta desde 1989.

III.7.1.4 QUINTA DO VALE MEÃO

Outrora, Monte Mião, a Quinta do Vale Meão, também situada no Douro Superior e a Oeste do rio Douro, é conhecida por ter sido a última grande obra da Ferreirinha. Foi construída em 1887 com o apoio da estrutura da linha férrea, que permitiu a chegada dos



Figura 14- Quinta de Vale Meão; Fonte – Allaboutportugal.pt

materiais ao local, e terminada em 1896, aquando da morte da Ferreirinha. O ano tardio da sua conceção foi devido à espera da inauguração da linha de comboio: a espera pelos materiais seria interminável, estes demorariam cerca de doze dias em mar e, transportá-los em carros de bois desde o rio Douro, levaria à exaustão dos animais e trabalhadores. Com a linha de comboio, em apenas seis horas, o material chegava à quinta. Vale Meão orgulha-se de, até então, ter produzido um dos mais lendários vinhos, o Barca Velha, que determinou a sua fama. Esta designação deve-se à necessidade de travessia de rio por uma barca, sempre atracada no mesmo local, onde atualmente se encontram as vinhas que originaram esse vinho. Os inúmeros hectares de quinta existentes, fruto do trabalho de Dona Antónia, pertencem agora aos seus descendentes. O bisneto Francisco Olzabal encontra-se encarregue de Vale Meão, a única quinta construída de raiz “em terras de xisto e baldios.” (SALVADOR, 2007, p.151).

A casa de habitação e a capela foram construídas de raiz. Este complexo em tudo se assemelha à Quinta do Vesúvio no seu interior, mas numa escala mais reduzida, à exceção da zona de armazenamento. Desde 1980 que o vinho já não é produzido pelo método tradicional, mas em equipamentos modernos: lagares com pés robóticos. A adega situa-se num patamar mais elevado e o armazém numa cota mais baixa. O eixo de simetria é igualmente vincado nesta arquitetura, dispondo apenas de uma abertura, no patamar superior. A adega dispõe de 30 barris de inox e de 7 lagares, três do lado esquerdo e quatro do lado direito, agora adaptada à tecnologia de pisa robótica. Os lagares continuam com o granito original, bem como as paredes em xisto branco e as asnas em madeira, exatamente com o mesmo desenho do Vesúvio. Apenas o pavimento foi modificado com a colocação de cimento.

Neste local, apresentam-se umas escadas duplas em madeira-as originais - em forma de “X”, que permitem a chegada ao armazém. Este é maior que na Quinta do

Vesúvio, permitindo armazenar mais barris e cubas. Verificam-se semelhanças entre a adega e os lagares de ambas as quintas.

III.7.1.5 QUINTA DO SEIXO

A Quinta do Seixo, situada a Este do rio Douro, pertence desde 1987, ao grupo Sogrape e foi refeita com um investimento já em 2007. Apresenta-se, agora, com um equipamento moderno, que engloba um centro de vinificação de alta tecnologia, um circuito turístico, adega, garrafeira, lagares robóticos e uma sala com vista panorâmica na direção do Douro.

Este “Museu do Vinho” foi criado para o turista. Os jogos de luz presentes em todo o percurso da visita, a abertura de pequenas janelas com mostras genuínas de



Figura 15- Quinta do Seixo; Fonte – Allaboutportugal.pt

xisto e garrafas antigas e o uso da tecnologia multimédia, transmitem o que se procura sobre o espaço, como funciona e para que serve. Assim apresenta-se a enorme sala que, com os grandes envidraçados, permitem uma visão panorâmica para o Douro, a saída de locais escuros que nos contam a história do lugar e o esplendor da paisagem. Aqui presencia-se já a relevância do Enoturismo a sobrepor-se às características utilizadas da Arquitetura do Vinho. A apresentação exibida deixa qualquer turista como que em êxtase e o facto de a prova de vinhos, loja e saída se apresentarem na sala de vista panorâmica, emociona o turista com a preciosidade criada pelo homem, presente diante dos seus olhos. Mas não existe contacto direto, nem com os lagares, nem com as barricas, apenas com o vídeo promocional. Não é possível tocar no lagar e sentir a materialidade existente nem percorrer os caminhos por entre as barricas e constatar que são todas iguais por fora, conservando cada uma, distintos vinhos que proporcionam um intenso odor na sala onde se encontram. Esta arquitetura fala de futuro conjugando as suas raízes no Douro, as cores presentes no interior e os materiais sóbrios que se interligam com os socalcos do Douro e as cores do vinho. É o xisto que abraça esta arquitetura e a integra na região.

III.7.1.6 QUINTA DO BOMFIM

Junto ao rio Douro, a Nordeste e no final da ponte de ferro, situa-se a Quinta do Bomfim. Antes denominada por Quinta do Vale Bem Feito, a Quinta do Bomfim foi fulcral para o desenvolvimento e prestígio de uma das maiores empresas britânicas, a *Dow's* (fundada em 1798), que a adquiriu em 1896, sendo esta uma das quintas de produção de vinho do Porto, atualmente ainda ativa. A *Dow's* é, desde 1961, propriedade



Figura 16- Quinta do Bom fim - Fonte – Allaboutportugal.pt

da Família *Symington*. Atualmente, na Quinta do Bomfim, criaram-se espaços de armazenamento, produção, centro de visitas e remodelaram-se outros. A Quinta da Sabordela, que faz fronteira com o do Bomfim, foi adquirida pelo núcleo proprietário. A adega foi demolida e o edifício presente recuperado, para servir o percurso de Enoturismo em construção. A Quinta de Curval, vizinha destas, foi demolida aquando das novas obras, apropriando-se o Bomfim e permitindo dispor de mais espaço para as vinhas. A construção da adega e centro de visitas do Bomfim fez-se no prazo previsto de 14 meses. Depois de outras quintas e edifícios serem restaurados, encontram-se os portões da Quinta do Bomfim. O xisto afirma-se, uma vez mais. E, existindo uma grande predominância deste material, é também utilizado no escoamento das águas, permitindo que a água passe por entre videiras. A casa da quinta, pintada de branco, reflete assim luz e claridade, contrapondo-se à ideia de as casas nas quintas no Douro serem muito escuras. O branco, é utilizado no Douro devido às elevadas temperaturas que temos e à sua capacidade de refletir o calor! O branco, o xisto, a introdução da cor - vermelho escuro - nas portadas e guardas dominam este espaço exterior, perceptível tanto da ponte metálica, como de dentro do complexo. Introduce-se uma nova imagem com o tratamento e a construção da nova adega e do espaço de Enoturismo do grupo *Symington*. Apesar de ser uma obra contemporânea, enquadra-se na arquitetura do século XIX construída na quinta. A Quinta do Bomfim é formada por quatro edifícios independentes que correspondem a áreas distintas e formam um conjunto turístico. A receção é o edifício mais pequeno e tem apenas um piso, de pé direito duplo, apresentando uma área museológica da família *Symington* e as suas quintas.

O programa do núcleo da Quinta do Bomfim complementa a vertente do turismo com a da produção. Na área do turismo, todos os edifícios da quinta contribuem: o primeiro, já existente, com a Sala Vintage; o segundo, construído de raiz na zona de implantação das antigas adegas, onde se encontram a receção, a área museológica, a loja e a sala de provas e para complementar a zona da produção, a adega contém a sala de lagares e a sala de cubas; o terceiro, o armazém do século XIX que recebe o turista com uma pequena coleção de imagens que contam a história da produção da quinta no século XIX e, permite a visita por entre os toneis. Por último, o passeio pedonal por entre as vinhas que permite a chegada a uma cota mais elevada e uma visão mais amplificada da paisagem. Atualmente este núcleo não dispõe de alojamento interno, nem de restauração, que são conseguidos apenas no centro da vila. O turismo que Bomfim oferece permite uma leitura sobre um turismo rural e urbano.

III.7.1.7 QUINTA DO CRASTO

Os primeiros registos conhecidos da Quinta do Crasto e a sua produção de vinhos remontam ao ano de 1615, tendo a mesma sido posteriormente incluída na primeira feitoria, juntamente com as Quintas mais importantes do Douro. Um dos marcos pombalinos, datado de 1758, pode ser visto na Quinta do Crasto junto à casa centenária. Este, tal como os outros marcos pombalinos, foram classificados na década de 40 do século passado como imóveis de interesse público nacional.

No início do século XX, a Quinta do Crasto foi adquirida por Constantino de Almeida, fundador da marca e casa de vinhos Constantino que se notabilizou pela produção e exportação de Vinho do Porto e também de Brandy, e cujo slogan publicitário “A fama do Constantino já vem de long” perdura até aos dias de hoje.



Figura 17- Quinta do Crasto; Fonte – Allaboutportugal.pt

Em 1981, Leonor Roquette e o seu marido Jorge Roquette assumiram a maioria do capital e a gestão da propriedade e, com a ajuda dos seus filhos, deram início ao processo de remodelação e extensão das vinhas, bem como ao projeto de produção de Vinhos do Douro, pelos quais a Quinta do Crasto é amplamente conhecida, nacional e internacionalmente.

A Quinta do Crasto possui hoje uma gama de produtos muito completa, desde Vinhos do Douro brancos e tintos, Vinhos do Porto de categorias especiais e Azeites Extra Virgem. Ao longo dos últimos anos, todos os produtos da Quinta do Crasto têm vindo a ser reconhecidos, quer pelo público em geral, quer pela crítica especializada, o que para a Quinta do Crasto assume a maior importância e responsabilidade face aos seus clientes e parceiros que, ano após ano, a brindam com a sua preferência.

III.7.1.8 QUINTA NOVA

Com uma história bi-centenária, a Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo estende-se por 120 ha de terra, referenciada desde a primeira demarcação pombalina em 1756. Harmoniosamente integrada numa das colinas da propriedade encontra-se a adega original, datada de 1764, e a casa senhorial oitocentista com a capela.

Tendo sido propriedade da Casa Real Portuguesa até 1725, tornou-se uma “quinta nova” pela junção de duas quintas numa só. Durante os séculos XVIII e XIX, por aqui viveram várias famílias portuguesas que deram vida à vinha e ao vinho, aos pomares de fruta, à azenha junto ao antigo olival e à ribeira que atravessa a quinta, numa época importante na agricultura do Douro. No século XVII, uma pequena capela foi construída



Figura 18 - Quinta Nova; Fonte – Allaboutportugal.pt

na margem do rio Douro nas terras da Quinta Nova para proteger os homens que se aventuravam nos barcos rabelos num trecho particularmente traiçoeiro do rio. Durante a viagem, quando a travessia não corria bem ou a morte lhes parecia próxima, os barqueiros faziam promessas à santa padroeira em troca de salvação e a seu pedido foi feita uma imagem em pedra de granito da Nossa Senhora do Carmo, com o escapulário da Ordem das Carmelitas. Cuidadosamente preservada ao longo dos anos, esta ainda hoje se encontra na pequena capela da Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo, que deve, portanto, o seu nome à devoção dos mareantes dos barcos rabelos.

Atualmente, na quarta geração, a família detentora desta quinta, já está ligada ao vinho desde 1870, por via do seu primeiro negócio na produção de rolhas de cortiça para as Caves de Vinho do Porto, em Vila Nova de Gaia. Forma um dos grupos familiares com maior destaque em Portugal, estendendo os seus negócios em vários países do mundo e em diferentes setores de atividade. A propriedade é hoje gerida pelas mãos de Luísa Amorim que impulsionou o negócio de vinho da família. Com um sentido cultural profundo, os vinhos têm raízes ancestrais oriundos de regiões vitivinícolas de excelência em Portugal, lugares singulares como a Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo no Douro e a Quinta da Taboadella no Dão.

A viticultura é o equilíbrio do património natural, assim os melhoramentos da mesma são fundamentais para se manter o perfil dos vinhos da quinta. Apesar da dificuldade acrescida, devido ao clima rigoroso e à topografia do terreno, ainda hoje se executam inúmeras tarefas segundo as técnicas tradicionais. Esta quinta acredita que a cultura de um passado é a base para o futuro de uma grande região como o Douro.

A Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo colabora com o *The Yeatman*, personalizando um quarto que proporciona aos hóspedes um conhecimento da história da quinta e da Região Demarcada do Douro.

III.8 OBJETO DE ESTUDO - QUINTA DA CÔRTE - LOCALIZAÇÃO E HISTÓRIA

A Quinta da Côrte situa-se no cimo corgo, coração do Vale do Douro, onde se concentram todas as mais belas quintas de vinho do Porto. Localiza-se a cerca de 3 km do Pinhão, com socalcos na encosta, e escadas talhadas de xisto e marcadas com cal. O xisto é uma grande marca da quinta, está presente em todo o lado e é este xisto que confere ao vinho aqui produzido as suas características minerais. A Quinta da Côrte está classificada como património da UNESCO e é composta por 24 hectares de vinha plantada em socalcos e em patamares. É uma das mais emblemáticas do Douro, principalmente pela sua localização, vinhas velhas e muros pintados.

Esta quinta é uma propriedade das famílias locais Pacheco & Irmãos que conta com a produção de uvas ao longo dos anos, mantendo assim a propriedade na família. Embora fornecesse vinhos capazes de se integrar na grande diversidade de misturas de castas das casas com as quais



trabalhava, não conseguia, por falta de meios, assumir a autonomia proporcionada pela terra para desenvolver a sua própria gama. Figura 19- Casa da Quinta da Côrte ; Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

Em 2013, Philippe Austruy, proprietário de várias quintas em França, entre elas, *Château Malescasse* em Bordéus (Haut-Médoc) e *Commanderie* de Peyrassol na Provença (Sul de França) e, no estrangeiro, torna-se o novo dono da Quinta da Côrte, pois achava que esta tinha um grande potencial. Demorou mais de um ano para concretizar a aquisição junto de todos os herdeiros, mas em finais de 2013, iniciaram-se as obras de reconstrução e remodelação da mesma! Até aqui, produzia principalmente uvas e alguns lotes de vinhos que vendia a grandes casas, tais como, *Delaforce*, *Croft*, *Taylors* e Ramos Pinto.

Desde o início do ano de 2014 que têm sido feitos bastantes investimentos para melhorar a qualidade da matéria-prima e conseqüentemente dos seus vinhos e azeite.

Foram feitas melhorias ao nível da Viticultura e também obras de renovação da adega já existente que, hoje serve para a produção de Vinhos do Porto e, a construção de uma nova adega para a produção dos vinhos Doc-Douro. A principal cultura é a vinha

para produção de vinhos do Porto e vinhos Doc-Douro. Também existem outras culturas importantes como a Oliveira para produção de azeite e também as laranjeiras, figueiras, amendoeiras com também alguma importância na região.



Figura 20 - Produtos Principais da Quinta - Azeite e Vinho
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

III.9 QUINTA DA CÔRTE - COMPOSIÇÃO/DESCRIÇÃO DA CASA

A Casa é ladeada por janelas e persianas antigas, tem uma fachada caiada associando o verde e o brilho do sol, em que o velho edifício parece habitado pela alma dos seus sucessivos proprietários. É este o objetivo de Philippe Austruy e de Pierre Yovanovitch, receber os hóspedes num lugar autêntico, renovado com materiais tradicionais: azulejos, xisto e madeira maciça.

É composta pela cozinha, a alma da casa, que tem uma monumental chaminé coberta por azulejos e uma mesa espaçosa revestida por uma criação original que reproduz a paisagem do Vale do Douro. Vários objetos de cerâmica transformam as salas de estar, a *biblioteca* e a receção em espaços particularmente acolhedores.



Cozinha



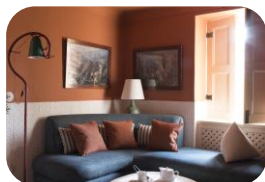
Sala de estar



Biblioteca



Receção



Salas de estar

Figura 21- Espaços existentes na casa
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

A quinta é construída por 8 quartos disponíveis para reservas que oferecem o luxo de uma simplicidade muito elaborada. Roupa de cama em linho bordado, tapetes de autor, casas de banho com faiança artesanal portuguesa com tonalidades delicadas, quadros, litografias e pastéis de artistas. Os quatro quartos da Casa assim como os quatro quartos nos edifícios adjacentes oferecem uma vista deslumbrante sobre o vale.

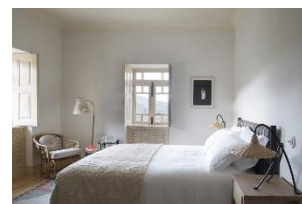


Figura 22-Quarto da casa; Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

No exterior, para além da paisagem que é magnífica, a casa conta com locais também para degustar as iguarias da cozinha tradicional portuguesa, bem como, espaços de lazer, como a piscina, que está ligeiramente afastada, pelo que é preciso ir a pé, pela vinha que tem uma vista deslumbrante sobre o Vale do Douro.



Figura 23- Espaços exteriores da Quinta da Côrte
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

III.10 QUINTA DA CÔRTE – A ARQUITETURA

A Quinta da Côte conta com uma vasta quantidade de obras no interior e exterior da casa (adegas), de Pierre Yovanovitch, arquiteto e designer de interiores de renome internacional, que soube aqui expressar toda a sua alma: uma visão depurada, linhas arquitetônicas audaciosas, o trabalho de artesãos e materiais locais, mobiliário especialmente desenhado e objetos de cerâmica da região.

Pierre Yovanovitch foi criado em Nice, no sul da França, e é um apaixonado do Mediterrâneo, da luminosidade dessa região, da arquitetura singular da Riviera Francesa. O seu fascínio pelos materiais autênticos apareceu durante as muitas visitas que fez a Vallauris, cidade famosa pela sua produção de cerâmica, mundialmente conhecida graças aos grandes artistas como Picasso.



Figura 24- Arquitetura e obras de Pierre Yovanovitch
Fonte: Arquivo Quinta da Côte

A Agência *Pierre Yovanovitch* - Arquitetura de Interiores nasceu em 2001 e, desde então, Pierre Yovanovitch tem deixado sua marca em vários projetos espalhados pelo mundo. França, Reino Unido, Bélgica, Suíça, EUA, Israel são alguns dos seus canteiros de obras e revelam a diversidade do seu potencial criativo. Recentemente o seu escritório mudou para uma mansão do início do século XVIII, em Paris. Totalmente restaurada e

remodelada pelo próprio, um espaço que é, de algum modo, a identidade visual e a alma da “*Maison Yovanovitch*”.

Para complementar esta grande explosão de beleza e arte, a Quinta da Côrte, conta também como uma obra autêntica, no seu interior, da artista de Belas Artes, Joana Vasconcelos. Nasceu em 1971, e é uma artista plástica reconhecida mundialmente pelas suas esculturas monumentais, com uma prática de 25 anos que se estende ao desenho e ao vídeo. A sua obra atualiza o movimento de artes e ofícios para o século XXI, incorporando objetos do dia a dia, com humor e ironia, estabelecendo a ponte entre o ambiente privado e a esfera pública, questionando o estatuto da mulher, a sociedade de consumo e a identidade coletiva.



Figura 25- Escultura de Joana Vasconcelos na Quinta da Côrte;
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

Assim, para além de uma estadia tranquila, com paisagens incríveis, os hóspedes da Quinta da Côrte também se podem deliciar com esta junção de arquitetura e arte, cultivando os seus conhecimentos e guardando na sua memória uma experiência inigualável e muito enriquecedora.

III.11 QUINTA DA CÔRTE -AS VINHAS

A Quinta tem mais de 3 tipos de cultivo de vinha. Esta é composta por socalcos que são sustentados por muros de pedra seca que foram reabilitados quando se estavam a desmoronar e abrigam as vinhas mais antigas numa ou em duas filas. Sabiamente construídos tinham como objetivo proteger pelo menos uma das filas com a sombra e evitar a erosão dos solos. Muito dispendioso, este sistema foi substituído nos anos 70 pelo sistema de patamares, socalcos mais largos e separados por taludes gramíneos.



Figura 26- Vinha da Quinta da Côrte
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

Quando as Vinhas *Philippe Austruy* assumiram esta quinta, a vinha, com uma idade média de 40 anos, foi, em primeiro lugar, sujeita a uma cuidadosa intervenção. Um



Figura 27- Cultivo com uso de cavalo
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

trabalho necessário tendo em conta a diversidade das castas tradicionalmente plantadas de forma misturada. As cepas em falta ou doentes foram substituídas. Paralelamente, foi realizada uma mobilização total dos solos de modo a permitir encontrar uma respiração, favorecer o enraizamento vertical e promover o regresso a uma vida microbiana saudável. Desde há 2 anos, metade da Quinta, ou seja, 12 hectares são cultivados uma vez por ano com uso do cavalo.

Por fim, para promover uma melhor adaptação ao solo e sobretudo ao clima, a poda é progressivamente orientada para o método tradicional: a vara e torno, próximo da poda *guyot* tem a vantagem de rebaixar a floração que, ficando mais próxima do solo, fica assim mais bem preparada para resistir ao verão.

A Quinta da Côrte ao longo da sua vinha conta com mais de quarenta castas diferentes. Sendo as mais conhecidas: a Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Roriz, Tinta Barroca e Tinto Cão.

A Quinta da Côrte privilegia o cultivo sustentável e a criação de um equilíbrio natural entre a vinha e o seu ambiente. Cada uma das 22 parcelas é cultivada de uma forma diferente. Nestas vinhas, embora com menos plantas por hectare (cerca de 3000 a 3500 plantas) consegue-se fazer a maior parte dos trabalhos com trator. No entanto, a

vindima é toda feita manualmente, o que permite a escolha das uvas que pretendemos para cada vinho.

Em termos de práticas agrícolas tem-se como prioridade o respeito pelo meio ambiente. Faz-se sementeira nas linhas para cobertura vegetal, de forma a proteger do calor, manter humidade no solo, incorporar matéria orgânica e biodiversidade.

Seguindo a filosofia de Viticultura de Precisão, desenvolve-se assim um programa de identificação das parcelas de vinha da Quinta com registo das castas e número de pés. Este vai permitir um melhor conhecimento da nossa vinha e uma vindima mais pormenorizada de forma a obter lotes de uvas de maturações mais homogéneas.

De acordo com a filosofia das vinhas de *Austruy* “As intervenções praticadas só têm como objetivo acompanhar a vinha de modo a permitir-lhe dar o melhor de si mesma num contexto que é único todos os anos: a colheita. O mesmo se pode afirmar relativamente à adega: as vinificações nunca forçam a matéria. Permitem a maior expressão possível”.

III.12 QUINTA DA CÔRTE – OS VINHOS



Figura 28- Vinhos da Quinta da Côrte
Fonte – Elaboração própria

Atualmente, existem formas distintas de vinificar o vinho “Douro”. A tradicional, elaborada em lagar recipiente de pedra largo e pouco profundo – que produz vinhos com maior extração de cor e taninos, o que lhes confere, de uma forma geral, um bom potencial

de envelhecimento, por outro lado, existe uma mais moderna, que tem registado um considerável aumento, e que utiliza cubas de inox com controlo de temperatura, produzindo assim vinhos mais elegantes e onde os aromas do vinho são mais bem preservados. Há produtores que, para atingirem uma maior complexidade nos vinhos, usam ambos os métodos de vinificação.

No seguimento deste texto, apresenta-se um exemplo de ficha técnica de um tipo de vinho existente na Quinta da Côrte. Em anexo a este trabalho, apresentam-se as restantes fichas técnicas.



Q
QUINTA DA CÔRTE

PORTO TAWNY 30 YEARS

Soil: Schist

Climate: Mediterranean – very low annual rainfall, hot, dry summers

Varieties: A mix of old vines (average age more than 90 years), including traditional varieties such as Tinta Barroca, Tinta Roriz, Rufete and Tinta Amarela.

Vintage: A blend of wines with an average age of 30 years.

Vinification: Traditional, in granite vats (lagares), where the grapes are pressed by treading in order to extract the component elements of the grapes with great precision

Ageing: In old oak barrels in the centuries-old port cellar of the Quinta da Côrte.

Tasting notes: With a beautiful bright amber colour, this very elegant port has a magnificent nose, combining freshness and ageing. On the palate, it reveals notes of dried fruit and orange peel. Its long and velvety finish prolongs the pleasure of tasting it.

Accords mets & vins : Prêt à être consommé, il déploiera toute sa magie en fin de repas, en accompagnement de desserts parfumés à l'orange confite ou d'un moelleux au chocolat noir grand cru par exemple.

Température de service : Entre 12 et 15°C.

Données analytiques : Alc - 19,5 % vol ; Bé - 5,3 ° ; pH = 3,6
AT - 5,80 g/l

Garde : Plus de 20 ans.

Mise en bouteille : 7 septembre 2020

Nombre de bouteilles : 220 bouteilles de 75 cl.

Oenologue : Marta Casanova



Figura 29- Ficha técnica - Porto Tawny 30 anos
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

III.13 QUINTA DA CÔRTE – AS ADEGAS

A Quinta da Côrte sob a supervisão especializada de Marta Casanova produz vinhos DOC DOURO e vinhos do Porto segundo a mais pura tradição do Douro.

A vinificação é feita em duas adegas:

✓ A dos vinhos do Porto cuja renovação não fez nenhuma concessão no que à arquitetura tradicional diz respeito, materiais de origem e métodos ancestrais de vinificação (paredes de xisto, lagares, pipas e tonéis).

✓ A dos vinhos DOC DOURO, inteiramente criada por Pierre Yovanovitch que assina um gesto arquitetónico particularmente audacioso. A Quinta da Côrte oferece aos visitantes a descoberta das adegas, a compreensão das grandes etapas da criação dos nossos produtos de exceção, desde a uva até à garrafa e, por fim, a degustação.

✓



Figura 30- Composição de fotos das adegas da Quinta da Côrte
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

III.13.1 ADEGAS – PROCESSO DE FORMAÇÃO DO VINHO

- ❖ Receção das Uvas - Neste local são rececionadas as uvas que vêm previamente selecionadas das parcelas, de acordo com a previsão de corte, baseado em análises de controlo de maturação e prova de bagos. Aqui os cachos são selecionados numa primeira mesa de escolha e depois de desengaçados, dá-se uma segunda escolha ao nível dos bagos.

Desta forma, apenas entram nas cubas de vinificação, por gravidade, através de buracos (que se encontram no chão), os melhores bagos nas melhores condições.



Figura 31- Buracos para receção das uvas;
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

Seguindo para o piso -1, encontram-se então no teto os mesmos buracos de entrada das uvas e, no seguimento da escolha das uvas, optou-se por cubas de pequeno volume de forma a se ter lotes pequenos por parcela e por casta.



Figura 32- Cubas de Fermentação Alcoólica
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

- ❖ Fermentação alcoólica – Ocorre nas cubas e é o processo de transformação do açúcar em álcool pelas leveduras, sempre com controlo de temperatura de forma a melhor preservar os aromas de cada casta. Este processo demora cerca de 1 semana. Após o final da fermentação deixa-se macerar durante mais 2 a 3 semanas. Só depois é realizada a prensa e obtém-se o vinho propriamente dito.



Figura 33- Sala das Barricas
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

- ❖ Sala das Barricas – É usada a gravidade para passar o vinho para as barricas, onde ficará a estagiar cerca de 12 meses. Durante este tempo, o vinho é analisado e provado periodicamente, e as barricas são atestadas regularmente. Após este período, decidem-se os lotes a engarrafar e são apresentados ao IVDP para aprovação.

Usa-se sobretudo o carvalho francês por ser aquele que mais se identifica com o perfil de vinho. As barricas são utilizadas 3 vezes, sendo vendidas a pequenos produtores para uso próprio.

- Engarraamento - É feito com máquina de engarraamento e as garrafas ficam em estágio nos contentores até à preparação de cada encomenda. São assim rotulados, capsulados e postos em caixas.



Figura 34- Zona de Engarraamento/Armazenamento
Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

- **Na Adega do Vinho do Porto**, na escolha é somente realizada a seleção do cacho, passando por um desengaçador e por uma bomba de massas, que seguem por mangueiras para os lagares. Aí realiza-se o processo da primeira pisa, pisa a pé, como é feito tradicionalmente.



Figura 35 – Lagares; Fonte: Arquivo Quinta da Côrte

Esta pisa permite uma extração suave de todos os compostos das uvas. Depois do arranque da fermentação, a pisa é feita

A fermentação do Vinho do Porto é diferente da fermentação dos vinhos DOC, pois esta é parada com a adição de aguardente vínica (77% de álcool), tendo a fermentação uma duração de 2 a 3 dias. Daí resulta a doçura e o alto teor alcoólico do Vinho do Porto, pois a aguardente vínica mata todas as leveduras, de modo que estas não transformem os restantes açúcares em álcool. Aquando pronto, realiza-se a prensa, direcionando o vinho para cubas de inox e/ou cubas de cimento. Dependendo do vinho que se pretende fazer, envia-se os vinhos para os tonéis caso se queira fazer um Ruby, Vintage ou LBV, ou para as pipas, caso se queira fazer Tawnys.



Figura 36- Tonéis; Arquivo Quinta da Côrte

III.14 QUINTA DA CÔRTE – ENOTURISMO

O desenvolvimento do enoturismo resulta de um aumento do interesse sobre o vinho, proveniente das quintas particulares e da curiosidade do consumidor em conhecer a origem e o produtor, assim como a possibilidade de adquirir vinhos a preços acessíveis.

A Quinta da Côrte oferece diversas formas de aliar conhecimento dos vinhos, bem como o seu processo de formação, desde a participação dos turistas nas vindimas até à prova do mesmo. Juntamente com esta forma de comunhão entre a cultura e o lazer, tem também várias atividades, de forma que o turista aproveite a sua estadia, alimentando assim o seu interesse pela Região Demarcada do Douro.



Cruzeiro no Douro

- Programação do cruzeiro;
- Criação de circuitos turísticos no Vale do Douro.



Piquenique/Piscina

- Realizado nas vinhas ou margens do RioTorto;
- Paisagem envolvente da Piscina contribui para uma comunhão com a Natureza.



Atividades de época de vindima

- Participação na vindima, pisa da uva e apanha da azeitona;
- Recolha de frutas e legumes .



Provas de Vinhos

- Degustação dos vinhos.



Workshop do vinho

- O hóspede tem a oportunidade de ser enólogo por uns instantes e criar o seu próprio vinho a partir do vinho de diferentes parcelas.

Figura 37- Atividades de lazer e Enoturismo da Quinta da Côrte
Fonte – Elaboração Própria

III.14.1 QUINTA DA CÔRTE - EVOLUÇÃO DO ENOTURISMO NOS ÚLTIMOS 2 ANOS

Ao longo dos últimos dois anos, diversos fatores interferiram no normal funcionamento da Quinta da Côrte. O que mais se acentuou foi sem dúvida o aparecimento da pandemia gerada pelo Covid19, a partir do ano de 2019, em que a quinta foi obrigada a encerrar os seus serviços para proteção de todos.

Consequentemente, no ano de reabertura, 2021, o processo de reativação dos serviços foi lento, pelo que o lucro foi aumentando muito lentamente e, só em 2022, se pode afirmar que a recuperação foi quase total, trazendo à quinta um número muito elevado de turistas, superando todas as expectativas até então esperadas.

Neste mesmo ano, desde Março, que a percentagem de reservas tem subido acentuadamente, mantendo-se quase sempre 90 % da quinta ocupada. Como era expectável com esta subida, os lucros também aumentaram, assim como as vendas de vinho e, em simultâneo, a publicidade dos serviços disponíveis da Quinta da Côrte.

Assim, espera-se que no próximo ano se mantenha este alto nível de funcionamento, bem como, que a preferência dos turistas se direcione não só para a Quinta da Côrte, como também para a Região Demarcada do Douro, contribuindo para uma maior evolução do Enoturismo em Portugal.

IV. ANÁLISE E TRATAMENTO DE DADOS

Ao analisar os dados obtidos através das 20 entrevistas realizadas, verifica-se que a amostra é constituída maioritariamente por turistas do género masculino, como se pode verificar através das tabelas, constituem 70% da amostra. Apenas 30% são do género feminino como se pode ver no gráfico apresentado a seguir.

Através destas entrevistas também se constatou que a idade dos inquiridos está maioritariamente entre os 36 e os 45 anos, dentro dos países de nacionalidade com mais resposta, que neste caso são os de nacionalidade portuguesa.

Ao longo da época, e, segundo os dados obtidos pelo software do arquivo da Quinta da Côrte, uma vez que o discente desempenha funções na mesma, pode-se constatar um aumento de visitas de casais o que quase iguala a percentagens de género. Já em relação às idades a conclusão será a mesma, os visitantes encontram-se entre os 30 e os 50 anos.

Tabela 2- Distribuição por género e idade

Variáveis sócio-demográficas	Frequência absoluta (N)	Percentagem (%)
Género:		
Masculino	13	70,6
Feminino	7	29,4
Total	20	100
Idade		
20-35 anos	3	16,3
36-45 anos	12	63,7
46-60 anos	5	20
Total	20	100

Com esta análise também era pretendido constatar a frequência com que os turistas visitam uma quinta de turismo rural. Assim, através das respostas obtidas, pode-se concluir que a maioria visita este tipo de quinta 1 a 2 vezes por ano, seguido dos turistas que estavam a fazer a visita pela primeira vez. Não se obteve respostas que englobassem 4 a 5 vezes por ano ou frequentemente, como se pode averiguar no gráfico seguinte. Pode-se concluir ainda que os turistas preferem explorar a zona visitando diversas quintas diferentes uma a duas vezes por época, para aumentarem assim o seu conhecimento e terem novas experiências de enoturismo. Relacionando com os dados do software Quinta,

a conclusão obtida é a mesma, nenhum dos turistas visita a mesma mais do que duas vezes.

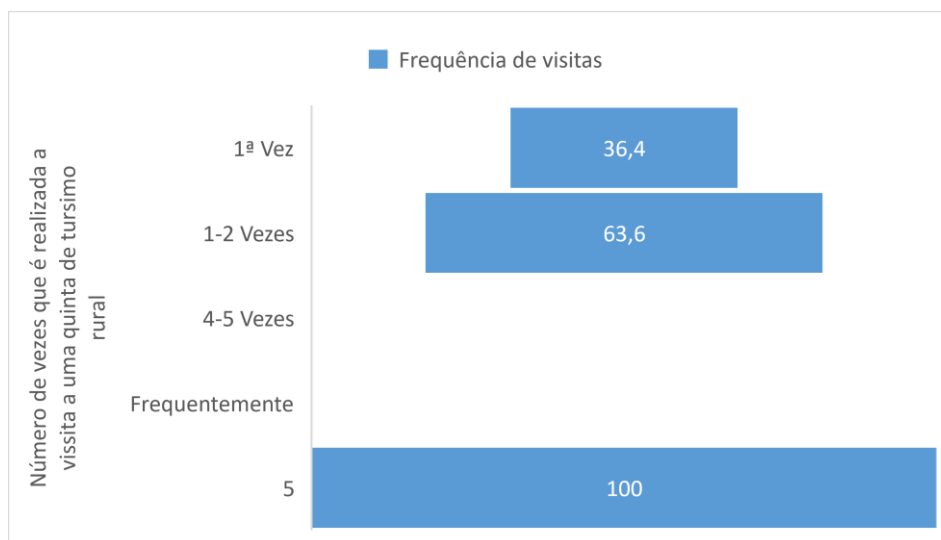


Figura 38- Frequência de visitas a uma Quinta de Turismo Rural

Fonte: Elaboração Própria

Os turistas/hóspedes também foram questionados sobre o motivo pelo qual realizaram esta visita à Quinta da Côrte, os quais tinham na entrevista vários itens a selecionar. Como se pode verificar, o principal motivo é a Prova de vinhos e o conhecimento do seu processo de produção, seguido da visita às vinhas e ao meio envolvente e, por fim, com mais percentagem também temos o descanso da rotina do dia-a-dia. No Gráfico seguinte estão apenas representados quatro dos itens de escolha.

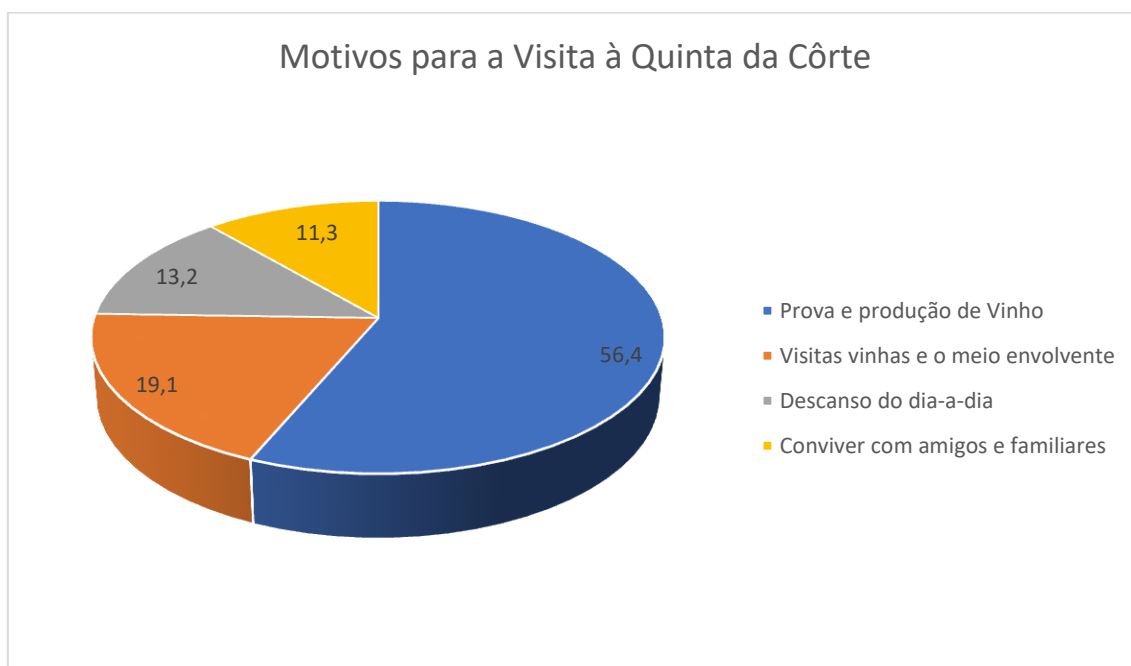


Figura 39- Motivações para a realização da visita à Quinta Fonte: Elaboração Própria

Os entrevistados também responderam a uma questão sobre o seu grau de satisfação para com a Quinta da Côrte. Pelo que, maioritariamente responderam que ficaram muitos satisfeitos (76%) e, de seguida apenas satisfeitos (24%).

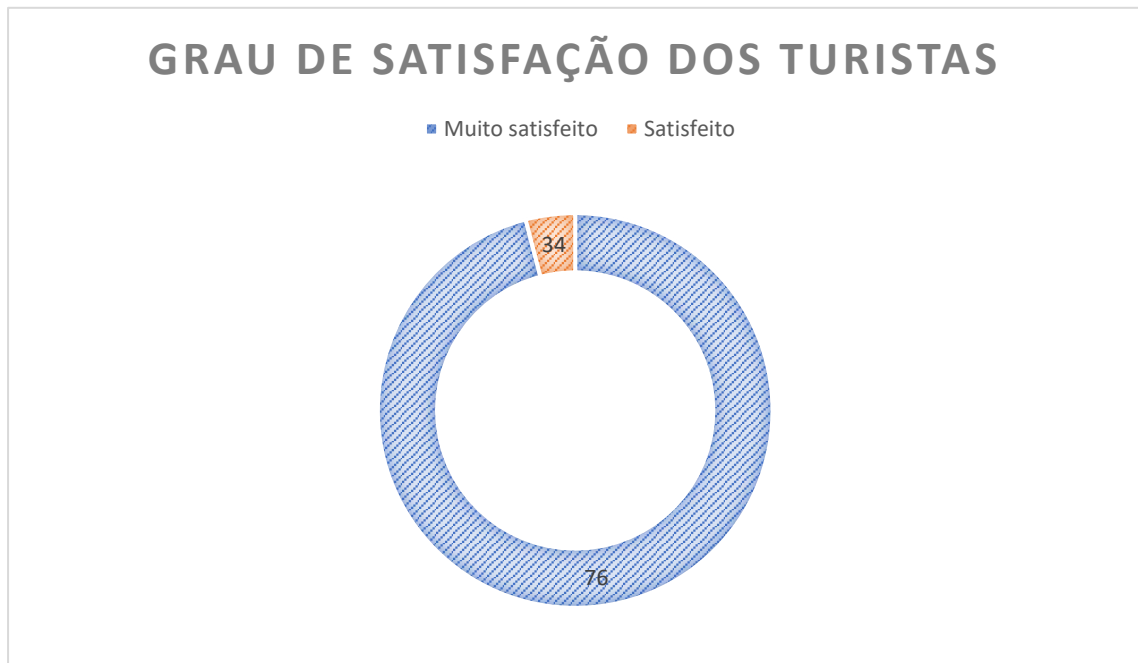


Figura 40- Grau de satisfação dos turistas na visita à Quinta da Côrte

Fonte: Elaboração Própria

Como conclusão foi ainda colocada na entrevista uma questão de modo a obter a opinião dos turistas e a contribuir para a elaboração de uma análise SWOT com os possíveis projetos a realizar no futuro de maneira a melhorar os serviços e o funcionamento da Quinta da Côrte. Está representado no subcapítulo seguinte.

IV.1.1 QUINTA DA CÔRTE – ANÁLISE SWOT

A Quinta da Côrte tem um grande potencial para a realização de novos projetos, estes que poderiam trazer uma maior visão sobre os seus serviços bem como sobre a região em que está inserida. Adjacente a estes novos projetos também existem bastantes limitações. Foi também neste contexto que foram realizadas as entrevistas aos turistas/hóspedes da Quinta, com o intuito de perceber a sua opinião. Na análise SWOT seguinte, estão evidenciados os diversos projetos que poderiam ser realizados, segundo as respostas obtidas nas mesmas, relacionados com as suas limitações:

A Análise SWOT é uma ferramenta de administração utilizada para identificar pontos fortes e fracos de uma organização, assim como as ameaças e oportunidades em que estão expostas. Essa análise foi desenvolvida nos anos 60 e 70 por Kenneth Andrews e Roland Christensen e promove uma visão do ambiente interno e externo da mesma num esquema de fácil visualização. Isto permite que a empresa se posicione para tirar vantagem de oportunidades do mercado e evitar ou minimizar as ameaças externas que podem desestabilizar ou enfraquecer o negócio. Portanto, esta análise é uma ferramenta utilizada como base para o planeamento estratégico das organizações.



Figura 41- Esquema da Análise SWOTt

Fonte: Elaboração própria

Para as Instituições de Cultura a ferramenta pode ser utilizada como uma análise de autoavaliação, em que primeiramente se realiza uma lista de fatores positivos e negativos. Segundo Lendrevie & Levy (2015), feita a análise SWOT, cruzando as ameaças e oportunidades mais relevantes com os pontos fortes e fracos mais relevantes, é possível estabelecer as principais diretrizes estratégicas que irão orientar o plano estratégico e operacional da empresa, neste caso que serão importantes para determinar novos caminhos a seguir para potencializar esta unidade de Enoturismo.

Segue-se então a análise SWOT da Quinta da Côrte, relacionando os seus pontos fortes e fracos, com as suas limitações e novas oportunidades para projetos futuros.

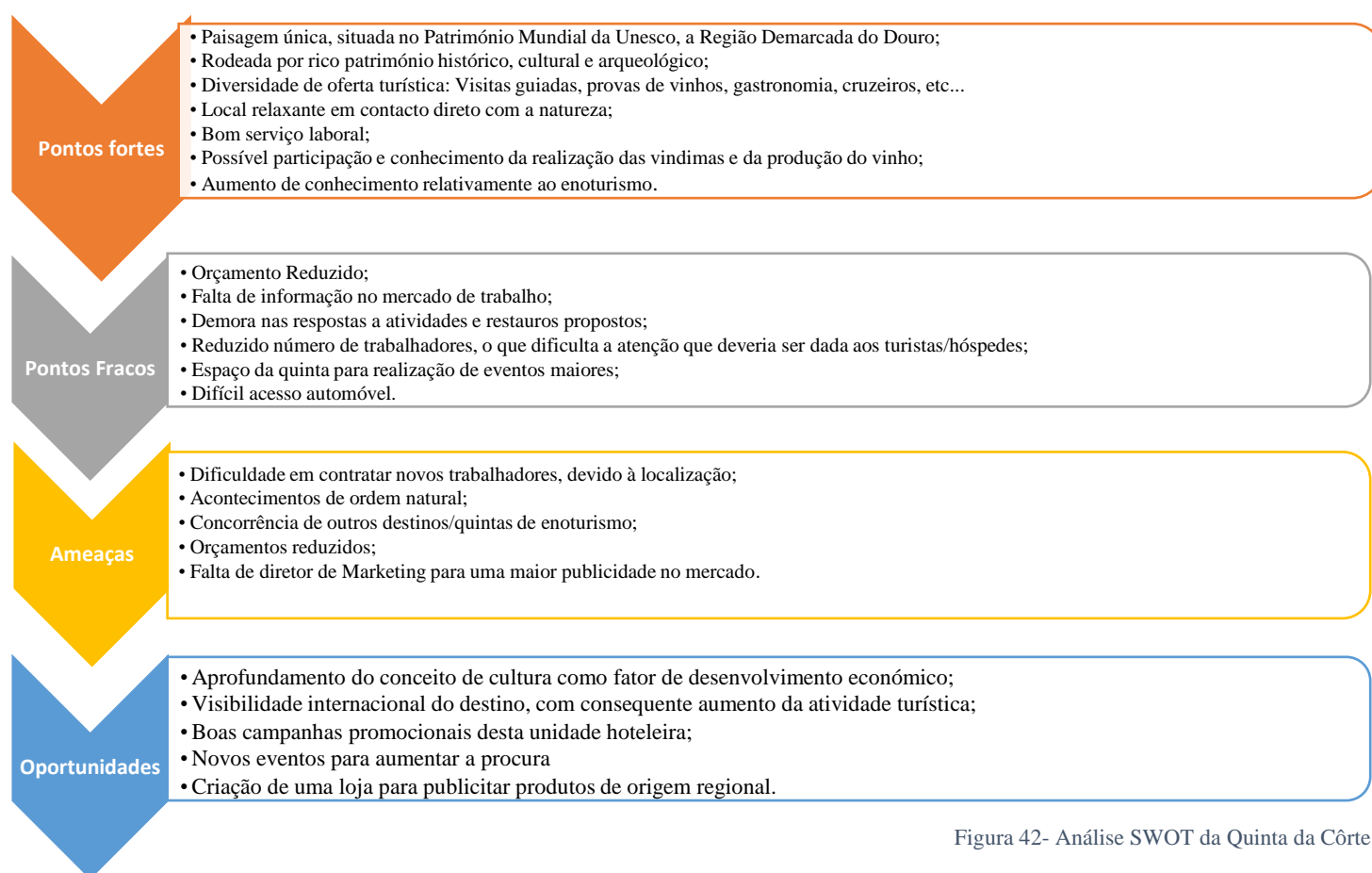


Figura 42- Análise SWOT da Quinta da Côrte

Fonte: Elaboração Própria

Apesar da oferta enoturística base ser muito semelhante, cada quinta possui uma oferta diferenciadora, quer seja pela sua riqueza histórica, beleza natural ou localização. No entanto, estes dois últimos aspetos acabam por ser comuns a todas, uma vez que todas se enquadram na paisagem característica da região do Alto Douro Vinhateiro. Assim

todas elas contam com este ponto, como ponto forte, pelo que a concorrência se torna ainda maior. A Quinta da Côrte como podemos verificar na análise SWOT contém bastantes características convidativas a uma experiência sem igual, no entanto também apresenta algumas limitações. Seria, portanto, necessária a análise de todas estas limitações para uma possível construção de um plano estratégico de mudança para aumentar a atratividade e o enoturismo da mesma.

Assim apresenta-se a seguir um quadro que relaciona as limitações mais relevantes no momento e os possíveis projetos futuros a realizar.

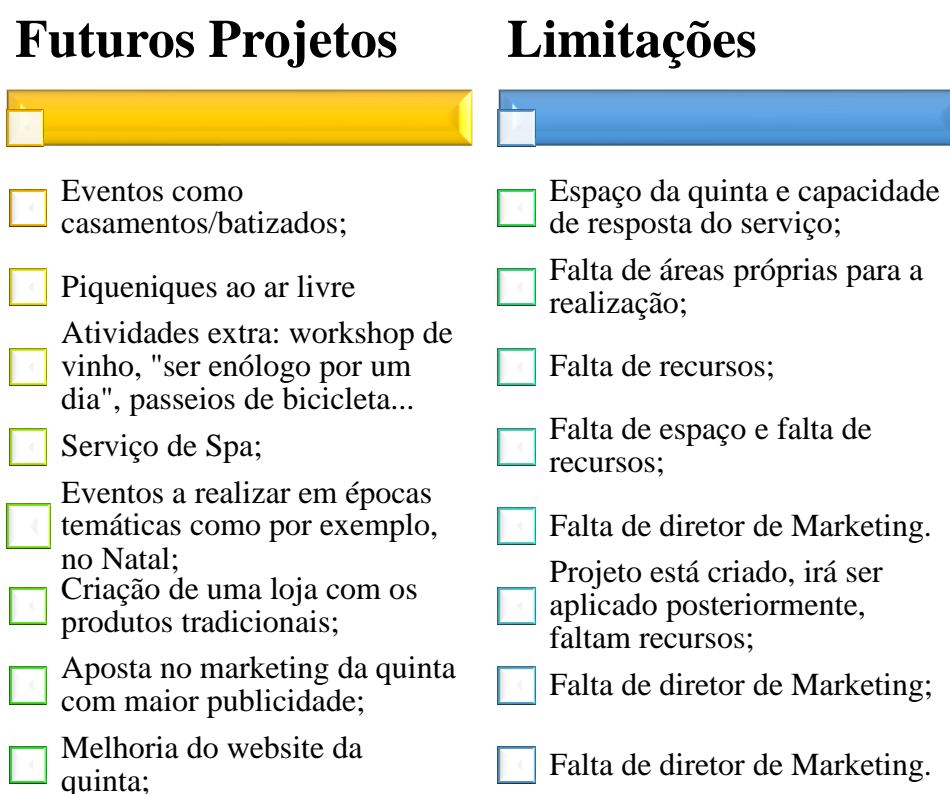


Figura 43- Esquema de Futuros Projetos e limitações da Quinta da Côrte
Fonte: Elaboração própria

Ao longo do próximo ano, espera-se a realização de pelo menos alguns destes projetos mencionados, pois seria muito importante para uma melhoria dos serviços da quinta, bem como, para agradar e conseguir atrair cada vez mais enoturistas para a mesma.

IV.1.2 ANÁLISE SWOT DA REGIÃO DO ADV COMO DESTINO ENOTURÍSTICO

Tabela 3- Análise SWOT - ADV

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Paisagem única e Património Mundial da UNESCO; • 1ª Região vitícola demarcada e regulamentada do mundo; • Vasto e rico património histórico, cultural e arqueológico; • Proximidade ao Vale do Côa, também Património Mundial da UNESCO; • Rio Douro e a sua navegabilidade; • Diversidade de oferta turística, como TER, o vinho, a gastronomia, cruzeiros, etc.; 	<ul style="list-style-type: none"> • População envelhecida e desertificação; • Baixos níveis de escolaridade; • Acessibilidades e infraestruturas em estado pouco satisfatório; • Falta e ausência de sinalização relacionada com o turismo e as suas atividades; • Incapacidade de fixar os visitantes por maiores períodos; • Ausência de um maior número de alojamentos de qualidade superior; • Fraca visibilidade e notoriedade nos mercados internacionais; • Incapacidade em articular e coordenar os diversos agentes; <ul style="list-style-type: none"> • Falta de qualificação dos recursos humanos no sector.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Procura de novos interesses de consumo e motivações dos turistas, diversificando e indo de encontro ao desejado; • Maior compromisso político e mobilização das instituições competentes para auxiliar no desenvolvimento da região; • Existência de iniciativas privadas com investimentos no turismo; • Aeroporto Francisco Sá Carneiro ampliado e modernizado; • Reorganização das instituições intervenientes na região. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perda de competitividade face a outros destinos e regiões com a mesma tipologia de oferta; • Envelhecimento da população residente e constante desertificação da região, levando à perda das tradições e costumes; • Perseverança dos problemas relacionados com as infraestruturas; principais • Excessiva mecanização da viticultura, podendo levar a uma descaracterização da paisagem; • Saída de investidores para outras regiões.

Fonte: Dissertação- Enoturismo como motor de valorização do património natural (Hélio Real Cardoso, 2015)

Em síntese, através desta análise, pode-se verificar que o Alto Douro Vinhateiro é a primeira região vitivinícola demarcada do mundo e com maior produção e volume de negócio de vinho em Portugal. A sua oferta turística, está relacionada com as visitas culturais e paisagísticas, com o turismo de Natureza e com a gastronomia e vinhos, que a região oferece, sendo este último o que se associa diretamente com o Enoturismo. Existem também para os seus visitantes um grande conjunto de atividades enoturísticas, como as Rotas do Vinho, as Aldeias Vinhateiras, as Quintas, os Cruzeiros e o Comboio Histórico. O Plano de Desenvolvimento Turístico do Douro 2007-2013 desenvolvido pela CCDRN demonstra que a oferta de alojamento da região seria nesta altura ainda um pouco reduzida e pouco qualificada, pelo que tem aumentado significativamente ao longo dos anos. Conclui-se que o potencial da região é enorme e o turismo tem mesmo vindo a afirmar-se como um fator determinante para o seu desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da elaboração deste trabalho, foi ficar a conhecer melhor o que é o enoturismo sobretudo, na região demarcada do Douro, dando especial ênfase à Quinta Côrte, o meu objeto de estudo ao longo da minha dissertação.

Todos os povos têm as suas tradições, os seus costumes e todos estes se moldam de acordo com a região e superfície onde se encontram. Ao longos dos tempos e com as controvérsias também implicativas da história de Portugal e, como se pode constatar ao longo desta dissertação, as vinhas, o cultivo e a produção dos vinhos sofreu diversas alterações não só a nível económico como também a nível de internacionalização. Todos os altos e baixos que houve e todas as mudanças efetuadas contribuíram para melhorar e facilitar o seu aproveitamento e produção, como também para dinamizar esta região que tanto tem para demonstrar ao mundo. O enoturismo tem como principal objetivo, enaltecer não o gosto e o interesse pelo vinho como também pela região envolvente.

A Região do Douro é sinuosa, mas brilhantemente alterada para o que de melhor tem para dar, os seus vinhos, que nascem nas escadas que percorrem as colinas e acabam no rio, os socacos durienses, que podem também ser vistos como um produto da região. É aqui, nesta paisagem que se pode verificar como o homem se adaptou ao existente e com a necessidade mais básica de construir quatro paredes onde se proteger, assim começam a aparecer as quintas de turismo rural. É nestas quintas, atualmente, que o turista pode conciliar o lazer, com o descanso, a tranquilidade e o aumento de conhecimento não só pela região, como também pelos vinhos produzidos. Esta experiência é um acréscimo ao intelecto pessoalmente e culturalmente. Alia, portanto, o conhecimento com o aproveitamento e com um aumento de cultura que está adjacente em todos estes locais do Douro.

Como prova disso, tem-se a existência da Quinta Côrte que conta com um diversificado painel de turistas, estes que se deslumbram não só com o local e os seus vinhos, como também com a sua envolvência nas paisagens durienses. Esta Quinta proporciona aos seus visitantes, momentos de lazer, em que estes podem disfrutar não só das paisagens e estadia, como também da participação nas diversas atividades de vitivinicultura, permitindo-lhes conhecer melhor a produção do vinho da região assim como as culturas e tradições da mesma. A isto se dá o nome de enoturismo.

“A Região Demarcada do Douro é uma das mais importantes regiões vitivinícolas do mundo, quer pela antiguidade, quer pela singularidade de sua produção e pelo reconhecimento como Patrimônio Mundial da Humanidade pela UNESCO...” (Pereira, 2002), o que permite que os estudos sobre as relações entre a cultura local e o enoturismo na região sejam fundamentais para outras localidades vitivinícolas.

❖ **Limitações:**

A principal limitação desta investigação relaciona-se com a própria metodologia adotada, a abordagem qualitativa, ou seja, ter sido realizada a análise através de entrevistas colocadas aos turistas/hóspedes na Quinta da Côrte, sendo também considerada uma limitação a época em que foram realizadas as mesmas, pois a afluência era mais baixa o que dificultou a possibilidade de fazer um número maior de questionários.

O facto de não haver também informação em abundância acerca desta unidade hoteleira, também se considera como um entrave a uma maior exploração de conhecimento da mesma.

Outra limitação foi o tempo dispensado para a dissertação, pois o horário de trabalho não permitiu uma análise mais elaborada e cuidada desta.

❖ **Sugestões:**

Tendo em conta a revisão bibliográfica dos vários temas abordados e mesmo durante a realização das entrevistas e/ou questionários aos turistas/hóspedes da Quinta selecionada como amostra foram surgindo questões que podem ser consideradas não só interessantes como importantes investigar futuramente. Uma possível questão seria uma maneira de conseguir alargar ou criar um espaço destinado a eventos com um maior número de pessoas, mas que tivessem como características evidentes os produtos da região em causa não só para os divulgar, mas também porque os turistas são a única fonte legítima de avaliação significativa do conjunto de atividades e experiências do turismo e, procuram novas experiências e novos conhecimentos de culturas diferentes. Outra questão de investigação seria a contratação de uma empresa de marketing e publicidade, para assim divulgar todos os serviços e atratividades da Quinta para aumentar a sua capacidade de visita enoturística. Outra questão a investigar futuramente diz respeito à definição do perfil do enoturista que visita as quintas de acordo com as suas motivações, com o tipo de experiências que procuram. Seria interessante verificar em qual dos perfis se enquadram os visitantes da quinta, para lhes ser dada a atenção segundo as suas

necessidades evidenciadas. O enoturismo traz variadas vantagens, para a região do Douro no qual está inserido, sendo a promoção do mesmo também uma sugestão, não só como um produto estratégico de gastronomia e vinhos, mas também como um produto de turismo de saúde e bem-estar, pois a Quinta da Côrte, objeto de estudo desta dissertação, tal como todas as quintas inseridas nesta região, são também procuradas, devido ao contacto com a natureza e, devido ao poder relaxante e de fuga do dia a dia stressante normal de cada um, sendo isto uma questão de saúde mental que também é muito e cada vez mais importante nos dias de hoje.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Adriana Ribeiro, L. C. (2022). *All about Portugal*.
- ✓ Bernardo, B. A. (Setembro de 2018). *A ARQUITECTURA DOS SENTIDOS, Um projecto de enoturismo no Douro*.
- ✓ BRAMBILLA, A. (2015). *Cultura e Enoturismo: um estudo na Região Demarcada do Douro*.
- ✓ Cardoso, H. R. (Junho de 2015). Obtido de Enoturismo como motor de valorização do património natural Proposta para um equipamento hoteleiro na região do Douro: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/5085>
- ✓ Carlos Sousa, A. P. (2015). *IMPACTO NO TURISMO DA REGIÃO DEMARCADA DO ALTO DOURO VINHATEIRO, APÓS A CLASSIFICAÇÃO DE PATRIMÓNIO MUNDIAL DA HUMANIDADE PELA UNESCO*. Obtido de III Congresso Internacional de Turismo.
- ✓ Costa, J. P. (Julho de 2015). *AS ARQUITETURAS DO VINHO NO SÉCULO XXI - TRÊS QUINTAS NO DOURO: PORTAL, BOMFIM E GAIVOSA*.
- ✓ Helena Pina, A. B. (2017). *A vinha, a paisagem e o património no desenvolvimento sustentável da região duriense: alguns exemplos*.
- ✓ Instituto dos vinhos do Douro e do Porto, IP. (2022). Obtido de <https://www.ivdp.pt/>
- ✓ Lameiras, E. T. (2015). *O PERFIL DO ENOTURISTA – O CASO PORTUGUÊS*.
- ✓ Monteiro, M. A. (Setembro de 2015). *Vinhos do Douro e Região Demarcada, um produto estratégico para a dinamização do turismo no Porto?*
- ✓ Rodrigues, K. G. (Outubro de 2018). *Enoturismo: Proposta de desenvolvimento da Rota dos Vinhos de Trás-os-Montes*.
- ✓ Vale, M. T. (2014). *A IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA NO TURISMO – O CASO DO ENOTURISMO NA REGIÃO DO DOURO*.

- ✓ Vasconcelos, J. (2022). Obtido de Biografia Joana Vasconcelos: http://www.joanavasconcelos.com/menu_pt.aspx

- ✓ Vaz, A. I. (2008). *O ENOTURISMO EM PORTUGAL: DA “CULTURA” DO VINHO AO VINHO COMO CULTURA- A Oferta Enoturística Nacional e as suas implicações no Desenvolvimento Local e Regional.*

- ✓ Barroco, C., Antunes, J. (s.d.). O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos. In 1o Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde, pp. 1253- 1280. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/267253794_O_contributo_do_Enoturismo_para_o_dese_nvolvimento_regional_o_caso_das_Rotas_dos_Vinhos

- ✓ Brigs, S. (1997). Marketing para o turismo no século XXI. Porto: Edições Cetop

- ✓ Brito, C. (1997). Estrutura dinâmica do sector do vinho do Porto. Porto: Instituto do Vinho do Porto

- ✓ Alant, K., & Bruwer, J. (2004). Wine tourism behaviour in the context of motivational framework for wine regions and cellar doors. *Journal of Wine Research*, 15 (1), p. 25– 35. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/237956962>

- ✓ Ali-Knight, J., Charters, S. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*. n°23, 311-319. Retrieved from https://www.academia.edu/20222936/Charters_S_and_AliKnight_J._2002_.Who_is_the_Wine_Tourist_Tourism_Management_23_3

- ✓ Cardoso, A. (2009). A investigação fundamental em turismo e enoturismo. Em: Cardoso, António Barros, Durbiano, Claudine & Gonçalves, Eduardo Cordeiro, coords., I Jornadas Internacionais sobre Enoturismo e Turismo em Espaço Rural, - Cadernos de Resumos, APHVIN/GEHVID. Maia: Edições ISMAI. p.13-15

- ✓ Esteves, F. (2008). Vinhos do Douro. Sinta: Colares Editora

- ✓ Hall, M., Williams, A., & Lew, A. (2007). Turismo: conceitos, instituições e temas. In M. Hall, A. Williams, & A. Lew (Eds.), *Compêndio do turismo* (pp. 23–41). Lisbon: Institutov Piaget

- ✓ Monteiro, M. (1998). O Douro: principais quintas, navegação, culturas, paisagens e costumes. Porto: Edições livro branco

- ✓ Pereira, G. M. (2009). Douro: história, património e enoturismo. Em: Cardoso, António Barros, Durbiano, Claudine & Gonçalves, Eduardo Cordeiro, coords., *I Jornadas Internacionais sobre Enoturismo e Turismo em Espaço Rural, - Cadernos de Resumos, APHVIN/GEHVID*. Maia: Edições ISMAI. p.77-82

- ✓ Pereira, G. (2003). Quintas do Douro – Arquivos e investigação histórica. Porto: Cepese Retrieved from <http://www.cepese.pt/portal/pt/publicacoes/obras/portal/pt/obras/os-arquivos-da-vinha-edo-vinho-do-douro/quintas-do-douro-arquivos-e-investigacao-historica>

- ✓ Simões, O. (2008) “Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinho”, PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 6, No. 2, pp. 269-279.

- ✓ Ignarra, L. R. (2003) “Fundamentos do Turismo”. 2ª ed., São Paulo: Pioneira Thompson Learning.

- ✓ Guerra, M. H. (2004) “O enoturismo: Mais um Passo para o Desenvolvimento Local”, Relatório de Investigação – Universidade de Évora, Évora.

- ✓ Goeldner, C. R; Ritchie, J. R. B; McIntosh, R. W. (2002) “Turismo: princípios, práticas e filosofias”, 8ª ed., Porto Alegre: Bookman.

✓ Adriano, C. e Elisabeth, K. (2009) “O Enoturismo como factor de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas”, Cabo Verde: Redes e Desenvolvimento Regional - 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde, pp. 1489-1508.

ANEXOS

- ❖ Exemplos de fichas técnicas de vinhos da Quinta da Côrte, retirados do arquivo da mesma.



QUINTA DA CÔRTE

PRINCESA RESERVA TINTO

DOC DOURO - 2020

Categoria: DOC Douro.

Solo: Xistoso.

Clima: mediterrânico – muito pouca pluviosidade anual, verão quente e seco.

Castas: 30 % Tinta Barroca, 20 % Tinta Roriz, 20 % Touriga Nacional, 20 % Vinhas Velhas e 10 % Touriga Franca.

Ano de Colheita: 2020.

Data de Vendima: entre 21 e 28 de Setembro 2020.

Dados climáticos da vindima: De uma forma geral, o ano vitícola teve grandes oscilações no período de Inverno e Primavera. Durante o período de vindima verificaram-se grandes amplitudes térmicas, o que permitiu uma mais lenta maturação das uvas. A vindima na Quinta da Côrte teve início mais cedo, no dia 1 de Setembro e terminou no dia 30 de Setembro de 2020.

Vinificação: Em cubas de inox com controlo de temperatura. Maceração prolongada. Estágio em barricas de 500 l de carvalho francês até ao seu engarrafamento.

Engarrafamento: 24 de Janeiro de 2022.

Dados analíticos:
Teor alcoólico – 14,5 %vol.
pH – 3,80.
Acidez Total – 5,0 g/l (ácido tartárico).

Temperatura de serviço: 15 °C.

Número de garrafas: 20 000 garrafas de 75 cl e 150 garrafas Magnum (150 cl).

Conservação: 10 anos ou mais, se conservado em boas condições.

Notas de Prova: Cor retinta. Aromas muito frescos de frutos vermelhos (amora, groselha preta) e algumas especiarias em harmonia com algumas notas florais. Na boca tem taninos suaves e é muito elegante.

Harmonização: Lombelo de porco com puré de abóbora, rosbife com batatinhas assadas da Quinta.

Comentário: _____





QUINTA DA CÔRTE

QUINTA DA CÔRTE TINTO

DOC DOURO - 2017

Categoria: DOC Douro.

Solo: Xistoso.

Clima: mediterrânico – muito pouca pluviosidade anual, verão quente e seco.

Castas: 60 % Touriga Franca, 40 % Touriga Nacional.

Ano de Colheita: 2017.

Data de Vindima: 14 e 21 de Setembro 2017.

Dados climáticos da vindima: Depois de um Inverno caracterizado como frio e seco, o Verão de 2017 foi extremamente quente e muito seco, dando continuidade ao padrão de comportamento, já observado durante a Primavera.

Destacam-se ainda as várias ondas de calor ao longo dos meses de Abril, Maio Junho e Julho. A precipitação acumulada, ao longo do ano vitícola, desde Novembro até ao final de Setembro, foi de 300 mm. A temperatura anormalmente elevada potenciou os efeitos da escassez de água no solo. O mês de Setembro, com a total ausência de precipitação, foi considerado, para Portugal continental, segundo o IPMA, o mais seco dos últimos 87 anos. A temperatura, apesar de valores muito elevados nos primeiros 10 dias do mês, acabou por revelar um mês de Setembro com valores mais moderados que anos recentes. No entanto, juntamente com a falta de água, sujeitou as uvas a elevadas pressões térmicas e hídricas.

Vinificação: Em cubas de inox com controlo de temperatura. Maceração prolongada. Estágio em barricas de 500 l de carvalho francês até ao seu engarrafamento.

Engarrafamento: 8 de Maio 2019.

Dados analíticos:

Teor alcoólico – 14 %vol.

pH – 3,9.

Acidez Total –5,6 g/l (ácido tartárico).

Temperatura de serviço: 15 °C.

Número de garrafas: 4 000 garrafas 75 cl e 10 garrafas Magnum

Conservação: 10 anos ou mais, se conservado em boas condições.

Notas de Prova: Cor grená densa. Nariz muito elegante. Aromas de frutos pretos (amora, groselha preta) e chocolate, notas balsâmicas e harmonioso. Na boca é longo e muito elegante.

Harmonização: Cabrito assado no forno de lenha com batatinhas e legumes da horta da Quinta.

Comentário: _____





QUINTA DA CÔRTE

QUINTA DA CÔRTE

LBV 2016

PORTO

Categoria: Vinho do Porto Late Bottled Vintage

Solo: Xistoso.

Clima: mediterrânico – muito pouca pluviosidade anual, verão quente e seco.

Castas: mistura de castas das parcelas de vinha velha da Quinta da Côrte..

Ano de Colheita: 2016.

Data de Vendima: 4 de Outubro 2016.

Dados climáticos da vindima: A maturação foi lenta devido a uma Primavera e Verão muito quentes e secos.

Vinificação: Em logares com pisa a pé. Estágio em Tonéis de madeira.

Engarrafamento: 7 de Setembro de 2020.

Dados analíticos:

Teor alcoólico – 19,5 %vol.

pH – 3,60.

Acidez Total – 4,7 g/l (ácido tartárico).

Temperatura de serviço: 12 a 15 °C.

Número de garrafas: 15 200 garrafas.

Conservação: em boas condições, 10 a 20 anos.

Notas de Prova: Cor retinta. Fresco, frutado com aromas de chocolate e notas subtis de alcaçuz e especiarias. Encorpado, com taninos firmes e bem integrados.

Demonstra grande equilíbrio e elegância. Pode ser desfrutado jovem.

Harmonização: Sobremesas de chocolate, queijos amanteigados, amêndoas, castanhas.

Comentário: _____



❖ **Entrevista realizada aos turistas/hóspedes da Quinta da Côrte.**

A presente entrevista, constitui uma parte integrante para a elaboração de uma Tese de Mestrado em Gestão Turística, do Instituto Politécnico de Viseu, sobre o “A Quinta da Côrte”. A sua participação é fundamental para a elaboração deste trabalho e os dados são para utilização exclusivamente científica e são estritamente confidenciais. Muito obrigado pela sua colaboração.

- ✓ Idade:
- ✓ Género:
- ✓ Nacionalidade:

1. Porque é que optou por apostar no Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
3. E quais os pontos negativos?
4. Em média, quantas vezes por ano visita uma quinta/adega vitivinícola?
 - Primeira vez que visito
 - 1 - 2 vezes por ano
 - 4 - 5 vezes por ano
 - Frequentemente
5. Resumidamente, quais as suas motivações para visitar a Quinta da Côrte?
 - Provar vinhos e conhecer o seu processo de produção
 - Conhecer a paisagem rural envolvente
 - Comprar vinhos
 - Conhecer os produtores vinícolas
 - Desfrutar da gastronomia local
 - Viagem de negócios
 - Visitar as vinhas e o meio envolvente
 - Conviver com amigos/familiares
 - Descansar da rotina do dia-a-dia
 - Participar nas vindimas
 - Nenhuma motivação em especial
6. Como avalia o grau de satisfação relativamente à quinta visitada?
 - Nada satisfeito
 - Satisfeito
 - Muito Satisfeito

7. O que acha que poderia mudar ou ser acrescentado à Quinta da Côrte como projeto futuro?