

## As Confrarias Bquicas e as “Enomemórias” na promoção do Turismo

Gonçalo Marques\*

Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Portugal)

**Resumo:** A presente investigação desenvolve-se em duas partes distintas: uma primeira que, revisitando alguns dos principais estudos existentes sobre a importância cultural das confrarias e a sua ligação ao turismo gastronmico e bquico, procura sistematizar considerações teóricas globais que sustentem uma revisão bibliográfica enquadrante da problemática das confrarias bquicas como promotoras do Enoturismo; em segundo lugar,  apresentada a dimensão empírica do estudo que procura (re)conhecer, de forma próxima, a realidade portuguesa, tendo em conta as várias Confrarias Bquicas que, a nível de cada região vitivinícola, se vão estruturando e dinamizando.  depois desenvolvido o caso de estudo (pedra de toque da investigação científica em Turismo e Desenvolvimento, de acordo com as propostas de Ritchie et al, 2005 e Jafari, 2007) que se situa em torno da dimensão cultural e enoturstica da Confraria do Vinho Verde como parceiro importante na promoção da imagem da Região Demarcada do Vinho Verde, seu Patrimnio Cultural e Turismo. Será desenvolvida uma análise que reúne contributos da observação directa, da investigação-ação de natureza participante e da investigação etnográfica (resultantes, em grande medida, de cerca de uma década de pertenca  Confraria e, desde 2013, de desempenho de funções no quadro dos órgãos sociais) e que terá na Confraria do Vinho Verde o grande enfoque analítico do estudo de caso.

**Palavras-Chave:** Turismo e Vinho; Confrarias Bquicas; Enoturismo; Promoção do Destino; Património Cultural; Responsabilidade Social

### Bacchic Brotherhoods and the “Oenomemories” role on Tourism promotion

**Abstract:** The present investigation is divided in two different parts – the first is mainly theoretical, and presents authors and ideas related to cultural importance of wine brotherhoods and its relation to wine tourism; the second part presents some aspects of Portuguese reality presenting the evolution of wine brotherhoods in several Portuguese wine regions. The present case study aims to reveal in detail the role of Vinho Verde Brotherhood in this programmatic view.

It will be developed analysis with the contribution of direct observation, action-investigation on a participant way and ethnographic investigation (resulting, mainly, on a decade of the author’s participation on the brotherhood activities).

**Keywords:** Wine and Tourism; Wine Brotherhoods; Winetourism; Destination Promotion; Cultural Heritage; Social Responsibility.

### 1. Introdução: percursos antropológicos e sociológicos

*As Confrarias Bquicas são uma realidade do nosso tempo que cada vez mais se espalha nos países produtores de vinho e não deixa de cativar o público. É que aquilo que, aos olhos desprevenidos do leigo na matéria, poderia não passar dum exibicionismo folclórico e exótico ao contemplar a variedade das vestes, ao examinar as insígnias das confrarias, representa, de facto, um contributo generoso para a promoção e valorização do vinho das diversas terras e, como tal faz de cada confraria bquica um símbolo vivo da produção vinícola do seu país, uma afirmação da sua identidade regional. Deste modo, logo  partida, ressalta a mais-valia*

\* Professor no Instituto Universitário da Maia – ISMAI; Investigador do CEDTUR - Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico e CETRAD. Cancelrio-Mor da Confraria do Vinho Verde (desde 2013). E-mail: [gmaiamarques@gmail.com](mailto:gmaiamarques@gmail.com)

extraordinária que as Confrarias Bquicas do ao secular cultivo da vitivinicultura,  *promoção e venda de vinho que, sendo fruto da terra, da videira e do trabalho do homem, na realidade, também “alegra o coração do homem”* (Sl. 103,15), como diz a palavra inspirada da Bíblia, ajudando a estabelecer convívio e a muitos garantido, socialmente, o trabalho e o sustento

Geraldo Coelho Dias (1998), Op. Cit.

As Confrarias desempenham um papel crucial na qualificação da oferta turística, nomeadamente no campo do turismo cultural, associando a este – fileira “clássica” da actividade turística, profundamente interessada na (re)descoberta da(s) identidade(s) – um produto emergente no turismo mundial: Vinho e Gastronomia, que tem merecido, no caso concreto de Portugal, produção de instrumentos de trabalho e orientações diversas – cujo exemplo máximo é o guia prático do Turismo de Portugal “Gastronomia e Vinhos”, de 2006 – para estruturar a oferta neste sector, de forma sustentável e integrada, reunindo produtores, consumidores e agentes locais, numa “rede”, que  não apenas social, mas também econmica e cultural (TP, 2006). É nesta última dimensão que as Confrarias, enquanto responsáveis por um legado intergeracional sustentado numa herança cultural plurimilenar, podem e devem exercer um papel mais preponderante e activo: É nisso que acreditamos e que, na dupla função de investigador e docente na área do Turismo e membro de uma Confraria, com funções directivas ao momento, procuraremos demonstrar, desenvolvendo um estudo de caso enquadrável na problemática geral do artigo:

- 1) Compreender o significado e a importância das Confrarias na realidade institucional e cultural portuguesa
- 2) Desenvolver o papel que as Confrarias poderão ter na afirmação do Turismo Gastronmico e do Enoturismo, numa sólida articulação com o Patrimnio Cultural Vitivinícola (que desenvolveremos em torno do conceito teórico de *Enomemórias*, cuja teorização propomos)
- 3) Apresentar o exemplo de uma Confraria – a Confraria do Vinho Verde (CVV) – que conhecemos bem e que tem desenvolvido algum trabalho nesta(s) rea(s)

O texto com que abrimos esta primeira reflexão, necessariamente mais global, contm em si próprio as sementes daquele que é o nosso propósito – considerar as Confrarias na sua dimensão social, antropológica e “folclórica”, enquanto representativas da cultura popular e das suas manifestações etnográficas mais arreigadas (Araújo, 1995; Mota, 2003), mas igualmente como organizações plurais, capazes de congregiar profissionais de distintos ramos, entusiastas de quadrantes diversos e “mtiers” que não são dissociáveis de uma compreensão abrangente do que é, hoje, um produto social total – recuperando aqui a designação socio-antropológica concebida por Marcel Mauss – como é o vinho. Quer isto dizer, na esteira do que Mauss afirmava nos seus estudos (cf. Mauss, 2013), que estamos perante um produto suficientemente unificador e criador de identidade(s) – capaz de unir indivíduos dentro ou fora de uma mesma comunidade – que se corporizam numa acção, por um lado, de natureza gregária (consumindo o produto em conjunto, num mesmo acto “cerimonial”) e, por outro, de natureza simbólica (tendo em conta o que não se exprime em linguagem verbal, mas que respeita ao que, implicitamente, se aceita ao tragar um copo de vinho), como, aliás, outros sociólogos posteriores também consideraram (Bourdieu, 1994). Ora, o vinho, tem esta dimensão de criar laços, identidades e novas simbologias no relacionamento quotidiano entre residentes, turistas, excursionistas e tantas outras “tribos” que, dentro e fora do fenmeno turística, quais novas “hordas” e multidões, se vão aproximando dos destinos, transformando-os e moldando-os, de fora para dentro (Talavera, 1997).

O envolvimento da Sociedade Civil, nas suas mais variadas formas e expressões (Talavera, Darias e Rodriguez, coords. 2012), em fenmenos relacionados com a promoção do Turismo Cultural e Vnico, tem sido visto por muitos autores (Mota, 2003; Getz, 2000; Smith e Richards, 2013) como um elemento-chave na afirmação dos destinos e, sobretudo, na sua projecção fora da área territorial próxima.

Cada vez mais, o Estado, as Regiões de Turismo, os Produtores e suas Associações, procuram o precioso e qualificado auxílio das Confrarias na valorização e promoção do seu produto, associando a História, o Patrimnio Local e os saberes e sabores relacionados com a Gastronomia e o Vinho às suas próprias produções, tornando-as, desta forma, mais apetecíveis e vendáveis (Marques, 2016). Possuindo nas suas fileiras Engenheiros Agrônomos, Viticultores, Historiadores e Patrimonilogos, realizando eventos que aproximam os interessados, as Confrarias Bquicas são organizações estratégicas na promoção do *terroir*, dos rituais e manifestações culturais que, de e sobre o vinho, se revelam em cada momento (Dias, 1998).

Muito se vem falando de enoturismo e de enoturistas, tantas vezes com significâncias e âmbitos distintos (Getz, 2000; Hall et al, 2003; Marques, 2009). Não sendo, porém, este o âmbito fulcral desta investigação, começemos por falar no vinho, a essência – o verdadeiro *cimento* – que reúne todos os participantes na actividade enoturística. O vinho é uma bebida com uma carga cultural e civilizacional extraordinariamente vincada, sendo um dos ícones reveladores do triunfo da civilização sobre a barbárie (Johnson, 2007). Na plurimilenar História da Civilização Ocidental, mormente desde a época romana, beber vinho significava um ritual social de reunião, de confraternização e de demonstração de uma forma de “superioridade” cultural, alicerçada num certo refinamento face ao bárbaro, que desconhecia a existência deste néctar (Johnson, 2007). Do ponto de vista da Antropologia e da Sociologia do consumo, diversos estudos se vêm afirmando – tanto no plano internacional, como nacional (se bem que priorizemos, dada a nossa investigação concreta, este último) – associados a distintos tópicos que hoje enformam e contextualizam os estudos em turismo e património cultural.

De entre a vastidão de estudos que vêm produzindo nesta área, destacamos algumas linhas investigativas que nos parecem fundamentais elencar:

- O caso da estereotipação de uma certa forma de masculinidade associada ao consumo de vinho (Almeida, 1995; Pais, 2006);
- A dimensão ritualística presente nos cerimoniais de entronização das confrarias, essencialmente numa linha antropológica (Araújo, 1995);
- A taberna como *topos* e território privilegiado da afirmação sociológica de uma condição grupal e comunitária em que o vinho é emblema e “bandeira” de um conjunto de práticas e valores comuns (Magalhães, 2001 e 2010);
- O vinho, na sua dimensão de consumo antropológico como objecto de saúde e bem-estar, associado à afirmação e restituição dos valores culturais das chamadas “dieta mediterrânica” (Hipólito-Reis, 20008) e “dieta atlântica” (Sampaio, 1991 e 2008)

Fonte: elaboração própria

A realidade tem demonstrado que o Vinho e a Gastronomia são, hoje, produtos que motivam, talvez como nenhum outro, o sector turístico internacional, com as deslocções e viagens a serem pensadas tendo em conta esta motivação (Unwto, 2012). O enoturista e o turista gastronómico têm normalmente, segundo este estudo, uma qualificação superior, do ponto de vista da sua formação universitária e alguma capacidade aquisitiva (poder de compra), tendo igualmente a grande motivação de procurarem a autenticidade e singularidade dos produtos nos diversos destinos (Hall et al, 2002), associando-os ao usufruto do Património Cultural (Smith & Richards, 2013) e a um reforço da sua própria aprendizagem sobre os processos de vinificação (Getz, 2000). Além disso, a vontade de harmonizar gastronomia e vinhos está presente desde a preparação da viagem (Getz, 2000; Unwto, 2012). Estes dados vêm confirmar o diagnóstico que era já traçado no documento de 2006 do Turismo de Portugal “Gastronomia e Vinhos”, sobre a importância deste nicho e fileira turística no futuro desenvolvimento do território nacional (TP, 2006).

No caso português, os municípios (primeiramente), as entidades regionais de Turismo (depois) e a tutela governativa, têm compreendido o papel publicitário e promotor que as Confrarias, com os seus trajes, as suas insígnias e a sua organização interna podem ter em reforçar o papel de Portugal como destino enoturístico de eleição no plano mundial (Marques, 2016).

Parece hoje relativamente disseminado, espacial e socialmente, o movimento confrático, tanto no plano das confrarias gastronómicas, como nas báquicas, sendo que será sobre estas últimas que nos pronunciaremos, em detalhe. Trata-se de um movimento transversal a todas as camadas sociais e a todos os credos políticos, religiosos e sociais, pese embora transparecer, por vezes, uma dimensão que alia o “folclórico” ao pendor mais institucional (Mota, 2003).

Cada confrade tem motivações distintas, provém de “culturas” e “rituais” bem diferentes, mas encontra em si mesmo uma dimensão suficientemente motivadora: a paixão enófila, a pulsão degustadora e a curiosidade em torno de um produto cuja compreensão, pese embora todos os esforços e tentativas, radica, muitas vezes, numa dimensão mágica e misteriosa que a todos cativa (Araújo, 1995).

As Confrarias Báquicas, enquanto associações plurais, com membros de diversas proveniências e percursos ligados à Vinha, ao Vinho e ao Património, são essenciais na construção de estratégias de valorização e promoção dos recursos naturais, paisagísticos, territoriais e culturais e na dinamização de um diálogo interdisciplinar e holístico que, frutuosa e poderosamente, poderá constituir base de trabalho para que o Estado, as Regiões, as Autarquias e os Agentes Económicos possam promover, informada e conscientemente, os destinos enoturísticos (Marques, 2016), partindo do vinho e caminhando, com

passos seguros, até ao conhecimento da *vinhidade* – a “personalidade” do vinho, o mistério que cada garrafa guarda (Marques, 2009). Importa enquadrar todas estas experiências num quadro teórico mais vasto e ambicioso, que em seguida desenvolveremos – as *Enomemórias* (as Memórias ligadas directa ou indirectamente  Civilização e Cultura da Vinha e do Vinho, tendo em vista o seu potencial como recurso turístico).

**Presidente do Município de Vila Nova de Gaia e Bispo do Porto são feitos Confrades Honorrios da Federação das Confrarias Bquicas de Portugal na Quinta da Boeira, com a presença de várias Confrarias**



Fonte: CM Gaia

## 2. As *Enomemórias* como instituto a valorizar no campo enoturstico

Partindo desta construção epistemolgica e cultural, parece-nos importante introduzir na literatura específica sobre Vinho, Turismo e Património Cultural um novo conceito: *Enomemórias* (com o qual baptizamos, parcialmente, este trabalho, ancorado às Confrarias e ao Enoturismo). O que entendemos, pois, por *Enomemórias*? Trata-se de toda a Herança Cultural, Patrimonial e Identitária que valoriza, na longa duração, todos os elementos que compõem, tanto no edificado, como no (i)material, uma ligação embrionária  vinha, ao vinho e a todos os equipamentos e artefactos usados na sua produção, consumo, “folclorização” e promoção. Este conceito parece-nos importante, antes de mais pela consumação de um lastro “memorial” que, tantas vezes invisível e intangível, ajuda a interpretar e compreender a importância cultural de um produto que se quer promover e valorizar, não apenas do ponto de vista econmico, mas igualmente na sua traça “identitária”. Relaciona-se este último aspecto com o que Figueiredo Santos designa de *canonização de paisagens culturais* (Santos, 2002) com o objectivo de promover a sua (re)utilização turística e, dessa forma, a sua valorização econmica e social, além do activo icnico, do *ex libris* identificativo daquele espaço/localidade.

Tendo em conta este ideário programático, inventariamos algumas acções já desenvolvidas pelas Confrarias Bquicas que ajudam a sustentar (e dimensionar) a oferta turística e a intenção de valorização destas *Enomemórias* como elemento de afirmação da autenticidade que o turista procura incessantemente. Passamos a traduzir, sob a forma de um quadro, a explicitação conceptual de *Enomemórias* associadas ao trabalho que as confrarias vo desenvolvendo na afirmação clara de identidades e culturas vnicas, traves-mestras essenciais de qualificação da oferta enoturstica que deverá ser muito mais do que visita a unidades produtivas e provas de vinho comentadas:

ENOMEMÓRIAS		
- Pisa da uva Lagarada - Vindima	- Cortejos Etnográficos - Recriações - Procissões	- Museus - Centros Interpretativos - Casas-Museu
ANTROPOLOGIA DO TURISMO	SOCIOLOGIA DO TURISMO	MUSEOLOGIA

Fonte: Elaboração Própria

Tem sido bastante relevante o contributo dado pelas Confrarias Báticas Portuguesas na promoção destas “Enomemórias”. Do ponto de vista da Antropologia do Turismo, são especialmente salientes as representações de alguns rituais próprios dos quotidianos agrícolas, com uma dimensão etnográfica muito vincada, sendo particularmente importantes as pisas, as lagaradas e as vindimas no Entre Douro e Minho (Sampaio, 1991), como reflexo de uma dimensão antropológica, por exemplo, do homem minhoto – elementos fundamentais na construção de um *turismo autêntico* e, mesmo, de um *turismo com autenticidade*.

#### Lagarada Medieval em Subportela, Viana do Castelo e *Benção do Vinho Novo*, no Convento de São Gonçalo de Amarante, em que participa a Confraria do Vinho Verde



Fotos: Caminha2000 e Confraria do Vinho Verde

No plano da Sociologia do Turismo e enquadrando nesta área de especialidade dos estudos turísticos alguns movimentos sociais que, fundados na ontologia e costumes dos povos, representam momentos de convívio e de evocação da(s) sociabilidade(s). Enquadramos neste tópico aspectos relevantes, tais como Cortejos Etnográficos, Procissões ou Recriações de aspectos da vida social no passado. O caso do Alto Minho é particularmente relevante na expressão de todas estas manifestações culturais, profundamente embrenhadas na identidade antropológica local (Sampaio, 1991).

### Cortejo Etnográfico das Feiras Novas e Evocação da “Mesa dos Quatro Abades”, ambos no Concelho de Ponte de Lima e com a presença da Confraria do Vinho Verde



Fotos: CM Ponte de Lima

O plano da Museologia é talvez aquele em que estas “Enomemórias”, pelo menos no plano material, podem e devem ter um cabimento claro na construção do discurso expositivo e na exortação do visitante/turista e percorrer um itinerário cultural sustentado nos artefactos e nas memórias do Passado. Como exemplo, gostaríamos de referir o Museu do Alvarinho, cujos conteúdos científicos concebemos e preparamos (coordenando uma vasta equipa multidisciplinar, em que vários membros são também confrades da CVV) instalado na Casa do Curro, em Monção, cuja museografia corresponde, precisamente, a este percurso cultural coerente e alicerçado tanto nas evidências das “Enomemórias”, como nas vozes e contributos daqueles que são os seus agentes e actores.

### Museu do Alvarinho



Fotos: CM Monção

### 3. De que falamos quando dizemos “Confrarias”

Importa também conhecer, ainda que brevemente, a origem do movimento confrádico em Portugal, tendo presente que, por vezes, se vem confundindo o conceito com o de “irmandade”, “misericórdia” ou outro instituto pio que lhe esteja na génese.

Este movimento tem as suas bases mais ancestrais fundadas na importância das Confrarias e Irmandades que, na observância de um “compromisso” (ou Estatuto) se dedicavam, por inteiro, à defesa de uma causa solidária tendo para o efeito, geralmente, a protecção da Igreja Católica Apostólica Romana, sob a figura de um Santo padroeiro. Assim aconteceu, também, na Europa Medieval, nomeadamente na França e na Alemanha, onde os movimentos confrádicos, com esta mesma configuração que acabamos de descrever, partilhavam o seu espaço sociológico com as “guildas”, associações de artífices e artesãos que procuravam espaços sociais de consolidação das suas aspirações profissionais e pessoais – o que, na realidade portuguesa, ficou conhecido como “mesteres” ou “ofícios” que, no Reinado de D. João I, foram regulamentados e protegidos pela Coroa (Langhans, 1948).

#### Da esquerda para a direita: *Compromisso da Confraria da Misericórdia de Lisboa, de 1516*



**Fonte:** Biblioteca Nacional de Lisboa e *Compromisso da Confraria dos Mareantes de Aldeia Galega do Ribatejo*, hoje cidade do Montijo (1608) – **Fonte:** Coleção Particular

Isto apesar de – como muito bem sublinha Isabel Sá – existirem também confrarias laicas, normalmente instituídas sob o patronato régio e cuja evolução, nalguns casos, resultou na constituição das Misericórdias, uma forma original de piedade e de atenção às causas sociais (Sá, 1996). Foi na época medieval que as Confrarias se espalharam pelas grandes áreas urbanas mas, igualmente, nas periferias e nas zonas rurais. Eram organizações de voluntários e de beneméritos, que procuravam envolver-se no reforço da harmonia das respectivas comunidades.

No caso Ibérico importa também sublinhar a ligação que este género de movimentos sociais sempre tiveram às corporações e ofícios. Veja-se o paradigmático caso, na cidade do Porto, da Confraria da Nossa Senhora da Silva (fundada no século XV), situada na Rua dos Caldeireiros e que, além de proteger este ofício, era também patrona dos ferreiros e dos anzoleiros da cidade. O seu edifício-sede, preciosa arquitectura da cidade, bem evidencia a importância que teve no decurso dos séculos de Antigo Regime, até à época contemporânea. O mesmo se diga da Confraria de São Crispim e Crispiniano, ligada aos sapateiros da cidade.

Não sendo nossa intenção fulcral historiar o movimento confrádico em Portugal, importa, ainda assim, enquadrar as Confrarias Báquicas, o seu papel, a sua disseminação, pelo território, objectivos

e missão. Nos nossos dias, como refere o Professor (Frei) Geraldo Coelho Dias representam, de facto, *um contributo generoso para a promoção e valorização dos vinhos das diversas terras* (Dias, 1998, 17).

Desde a Idade Média, com o triunfo da Sociedade Trinitária (Duby, 1994) e da organização social estratificada e rigidamente hierarquizada própria do Corporativismo, em que Mestres e Oficiais construíam os seus conhecimentos de forma associada e partilhada na prossecução de um bem comum, que estas organizações socio-económicas (Corporações ou Mesterais) sentiram necessidade de criar associações que, sob a égide da Igreja, a força institucional mais poderosa e organizada da época, se juntavam em torno da protecção de um santo, numa capela ou altar de um templo, com um estandarte e, naturalmente, um hábito que acomodasse e conformasse os valores daquele grupo de profissionais que, simultaneamente, se reuniam como fiéis (Langhans, 1948). Era uma forma de pedir protecção divina para os seus officios económicos e sociais, esperando generosas graças do Alto. O movimento confrádicico tem, por isso, raízes profundas na época medieval, com uma associação muito estreita à Igreja e às suas manifestações ritualísticas e cultuais (Dias, 1998).

**Em 1938, é fundada, na Borgonha, a *Confrérie des Chevaliers du Tastevin***



Confraria dos Cavaleiros Provadores de Vinho

**23 de Julho de 2015, em Clos de Vougeot (uma das primeiras unidades de produção vinícola dos Monges Cistercienses na Borgonha) o Presidente Francês, François Hollande, é entronizado Confrade Honorário de Confraria dos Cavaleiros Provadores de Vinho da Borgonha**



**Fotografia:** *Le Figaro*

Na Península Ibérica, as Confrarias, constituídas por religiosos e leigos, estavam encarregues da manutenção de capelas e altares, da organização de procissões e de rituais associados a determinados momentos do calendário litúrgico e à realização de obras caritativas. Os Confrades eram particularmente

activos em momentos como a *Semana Santa*, as Celebrações Natalícias ou as festividades em honra do Santo Patrono da instituição, para além de outros momentos de grande importância comunitária (Sá, 1996).

#### 4. Génese das Confrarias Báquicas em Portugal

No caso português, a primeira confraria exclusivamente báquica está datada de 1965, sendo criada na fase final do Estado Novo – a *Colegiada de São Martinho*. Evocando o principal Santo ligado à protecção dos vicultores e da vinificação, a Colegiada era formada por homens da vinha e do vinho, muitos deles com uma aproximação e identificação mais ou menos pronunciada com os valores patrióticos, nacionalistas e ruralistas do Regime. De acordo com Marcelo Copello o *objectivo dessa organização era valorizar a qualidade dos vinhos portugueses* (Copello, 2008, 56). Vale a pena conhecer o preâmbulo dos seus estatutos, onde fica claramente definida a sua missão e objectivos, eminentemente culturais:

*[...] a alimentação – as comidas, as bebidas e as formas de as ingerir – é um elemento cultural que pode servir como distintivo da maneira de viver. Os homens sempre desejaram comer e beber em companhia e desse desejo ancestral nasceu, nas sociedades civilizadas, a gastronomia, que é a arte de escolher, preparar e combinar iguarias e bebidas. Cada grupo social sujeito a certo “habitat” e mergulhado em determinado clima, fixou normas para a sua alimentação. De tal maneira que estas caracterizam não apenas uma cultura mas também um nível social. O uso do vinho conta-se entre as principais características da alimentação dos povos que evoluíram em torno do Mediterrâneo e se prolongaram na actual Europa Ocidental.*

*Uma das essências da nossa civilização milenária, produto afeiçoado e aperfeiçoado por cinquenta gerações de europeus, merece o Vinho que em sua defesa ocorram quantos se julgam no dever de conservar e ampliar a cultura da Europa Ocidental. Por estas e outras razões se impõe a criação entre nós de uma Associação que tenha por fim – não em nível técnico, nem comercial, mas social – a defesa e valorização dos vinhos nacionais*

Preâmbulo dos Estatutos da Colegiada de São Martinho (1965) Citado em GHIRA (2011)

Desde que a Colegiada de São Martinho foi instituída, há já mais de 50 anos, o movimento confrádico cresceu e desenvolveu-se no nosso país, de forma espontânea, alicerçado num casamento entre os profissionais da área e os enófilos (Mota, 2003).

Em 1964, houve uma segunda tentativa de fazer singrar uma Confraria Báquica – caso da Confraria do Vinho do Porto. Acontece que o Governador Civil do Porto de então inviabilizou a criação desta entidade por considerar que a designação Confraria era devida, apenas, a “organizações religiosas” (Pintão e Cabral, 2012, 174). Em 6 de Abril de 1967, o Grémio de Exportadores de Vinho do Porto perguntou aos seus associados quem desejaria aderir à Confraria. Em 1971, o IVP escreve ao Governo Civil do Porto uma carta em que recorda a existência de confrarias associadas à promoção dos destinos em todas as grandes regiões vinhateiras mundiais e a falta que tal organização fazia à promoção das marcas Douro e Porto. Esta nova proposta segue para o Ministério do Interior, em 1972. A resposta chegará no início do mês de Novembro com o seguinte teor:

*Os estatutos propostos terão que se estender a todo o território nacional, os mesmos terão de ser aprovados pelo Ministério do Ultramar. Quanto à denominação dos confrades confundem-se com as usadas na lei, quanto às ordens honoríficas portuguesas: cavaleiro, chanceler e chanceleria... as quais, portanto, deverão ser substituídas. O termo funcionário deve ser substituído por empregados visto que os primeiros são reservados aos que desempenham funções públicas. A redacção e pontuação deverão ser revistas, de modo a eliminarem-se as deficiências que se verificam... Para a apreciação dos estatutos pela entidade ou entidades competentes para a aprovação, é indispensável que seja apresentado o devido requerimento e dois exemplares daqueles estatutos, rubricados e assinados, sendo o original escrito em papel selado, ou, se assim não acontecer, tornar-se-á necessário que em cada uma das folhas sejam colocadas e inutilizadas estampilhas fiscais de valor de 6\$00*

Retirado de Pintão & Cabral, 2014, p. 174.

Em Dezembro de 1972, o Grémio de Exportadores relatou o andamento da criação da Confraria aos seus associados, tendo em conta as diligências que acabamos de enunciar. Em Julho de 1973, o Grémio envia nova proposta de estatutos em que a designação de *Confraria* dá lugar a *Amigos do Vinho do Porto*. A resposta do Ministério do Interior chegará oito meses depois, em Março de 1974, reafirmando o essencial do parecer de 1972 e lembrando que é necessário que os estatutos sejam apresentados em papel selado (Pintão & Cabral, 2012, 174). A Confraria do Vinho do Porto (CVP) será finalmente fundada em Novembro de 1982, por ocasião das festividades de São Martinho.

### Primeira Chancelaria da Confraria do Vinho do Porto



Fonte: CVP

Vejam, desde este momento fundador, qual foi a evolução do quadro confrádico bquico em Portugal, tendo presente a sua fundação e objectivos, numa leitura sinptica que em seguida apresentamos:

### Confrarias Bquicas Portuguesas (Desde 1979)

Confraria	Traje	Fundação
 <p>CONFRARIA DOS ENÓFILOS DA BAIRRADA</p>		<p>1979 Anadia</p>
 <p>Confraria do Vinho do Porto</p>		<p>1982 Porto (Palácio da Bolsa)</p>

Confraria	Traje	Fundação
		<p>1985 Funchal</p>
		<p>1988 Porto (CVRVV)</p>
<p><b>Confraria de Jornalistas Enófilos</b></p>		<p>1989 Porto</p>
 <p>CONFRARIA DOS VINHOS DO DOURO</p>		<p>1990 Régua (Casa do Douro)</p>
		<p>1991 Évora (Palácio D. Manuel I)</p>

Confraria	Traje	Fundação
		<p>1993 Bombarral</p>
<p><b>PERIQUITA</b> SINCE 1850 CONFRARIA PERIQUITA</p>		<p>1993 Azeitão</p>
<p>Confraria do Vinho Herdeiro dos Biscoitos</p> 		<p>1993 Angra do Heroísmo (Palacete Brum)</p>
		<p>1994 Porto (Universidade Católica)</p>

Confraria	Traje	Fundação
 <p data-bbox="159 493 471 544">CONFRARIA DOS ENÓFILOS DE MACAU</p>		<p data-bbox="1066 342 1143 393">1995 Macau</p>
 <p data-bbox="142 839 490 893">FEDERAÇÃO DAS CONFRARIAS BÁQUICAS DE PORTUGAL</p>	 <p data-bbox="703 926 848 953">Apenas Colar</p>	<p data-bbox="1066 729 1143 780">2000 Anadia</p>
		<p data-bbox="1066 1099 1143 1150">2000 Cartaxo</p>
 <p data-bbox="159 1614 471 1665">CONFRARIA DOS ENÓFILOS DA REGIÃO DE ÓBIDOS</p>	<p data-bbox="703 1468 848 1496">Sem elementos</p>	<p data-bbox="1066 1457 1143 1508">2002 Óbidos</p>

Confraria	Traje	Fundação
 <p>Confraria dos enófilos gastronómica do algarve</p>		<p>2003 Faro</p>
 <p>Confraria de Nossa Senhora da Anunciação da Lourinhã</p>		<p>2004 Lourinhã</p>
 <p>CONFRARIA DOS ENÓFILOS DO DÃO</p>		<p>2005 Viseu</p>
 <p>AR IMO CORDE LAETEMUR! Confraria do Espumante</p>		<p>2005 Lamego</p>
 <p>CONFRARIA VINHO DE FELGUEIRAS</p>		<p>2006 Felgueiras</p>

Confraria	Traje	Fundação
 <p>CONFRARIA DO VINHO DE LAMAS</p>		<p>2007 Miranda do Corvo</p>
		<p>2007 Albufeira</p>
		<p>2008 Monção (Palácio da Brejoeira)</p>
		<p>2008 Loures</p>

Confraria	Traje	Fundação
		2009 Valpaços
		2009 Carcavelos

Fonte: Elaboração Própria (todas as imagens foram obtidas em fontes livres na Internet, através de pesquisa no *Google*)

Consideramos igualmente a confraria macaense, visto que, à época, fazia parte do território nacional. Uma leitura global deste quadro sinóptico revela alguns aspectos que nos parecem interessantes ter em conta na centelha de uma análise global do fenómeno Confrádico como instrumento de promoção cultural e turística:

- 1) Em primeiro lugar, a possibilidade que o regime democrático trouxe para a inscrição destas associações como **Confrarias** o que, no entendimento estrito do Estado Novo, deveria ser apenas aplicado a corporações e organizações religiosas, tendo em conta a sua óbvia e evidente ligação à Igreja Católica Romana.
- 2) Em segundo lugar, a relativa dispersão regional que vai acompanhar as décadas de 1970-1990, com a criação de Confrarias em algumas das principais regiões vinhateiras nacionais: Vinho Verde, Douro e Porto, Bairrada, Madeira, Alentejo, Açores, Setúbal e Estremadura. Trata-se da primeira fase de estruturação da rede confrádica nacional, ainda sob o signo da experimentação e da inspiração de organizações congéneres, nomeadamente em França, onde se vai desenvolver a Federação Internacional das Confrarias Báquicas (FICB).
- 3) De 2000 em diante, surgirão (além da própria Federação das Confrarias Báquicas de Portugal – e seria interessante pensar o que poderia acontecer se a Federação, como organização global, tivesse surgido *antes* das primeiras confrarias?) as regiões do Algarve, Lisboa e Tejo, Dão, Espumantes (entendida na globalidade da produção inter-regional, mas com um enfoque muito especial nos espumantes durienses tradicionais da sub-região de Távora-Varosa), Alvarinho (sub-regiões de Monção e Melgaço), Vinhos Transmontanos (sobretudo os vinhos de mesa fora da Região Demarcada do Douro) e Vinho de Carcavelos.
- 4) Percebe-se que, a partir dos meados dos anos 90, se torna popular e reconhecido socialmente o movimento confrádico, o que leva a uma verdadeira *onda* de criação de confrarias báquicas (e gastronómicas) que evidencia o interesse e curiosidade das pessoas, além do interesse dos poderes da governança na promoção regional e local.

## 5. As Confrarias e o Enoturismo – o caso da Confraria do Vinho Verde

Nesta segunda parte desta investigação, começamos por apresentar alguns aspectos de natureza metodológica que enformaram a realização do estudo de caso, bem como a apresentação da Confraria do Vinho Verde, instituição em torno da qual desenvolveremos o caso que nos propusemos tratar.

### 5.1. Alguns aspectos metodológicos

A presente investigação desenvolve-se, globalmente, em torno de um paradigma qualitativo de natureza interpretativa (Coutinho, 2015) tem na experiência de trabalho de campo como membro da CVV – como confrade activo e membro dos corpos sociais da confraria que, neste último caso, vimos desenvolvendo desde

2013, até à presente data – quer como observador-participante (sobretudo nas entronizações, festivais e provas de vinhos, visitas a quintas de confrades), quer como elemento importante na articulação da governança da instituição (desempenho de funções de Cancelário-Mor) a base e o alicerce das considerações que se seguem. Baseamo-nos ainda em vasta documentação interna e externa relacionada com a CVV.

Falamos, pois, de um estudo de caso em Turismo (Ritchie et al, 2005 e Jafari, 2007), em que se procura conhecer, da forma mais aprofundada possível, uma realidade que se toma como exemplo, ou referência, para contribuir ao desenvolvimento de uma problemática mais geral, contribuindo, desta forma, para o aprofundamento do debate académico, mas também para o fornecimento de dados sustentados à Indústria, com vista à sua qualificação e valorização permanente (Xiao, 2006).

Desta forma, como problema-central da nossa investigação, temos: *Que papel desempenha a Confraria do Vinho Verde na promoção do Enoturismo, tendo as Enomemórias como veículo?*

Seguem-se duas questões orientadoras que se destinam a focalizar a nossa análise:

- 1) *Que actividades desenvolve a CVV no domínio do Enoturismo?*
- 2) *Tem a CVV promovido o conhecimento e estudo de Enomemórias?*

O articulado nas páginas seguintes suporta-se em distintos instrumentos de recolha de dados que elencamos em seguida:

- Consulta presencial (na sede da organização) dos documentos orientadores da CVV, como sejam os seus *Estatutos, Usanças, Planos de Actividades e Regulamento Eleitoral*
- Fotografias e registos das Entronizações Anuais e Extraordinárias, Festivais Vínicos, Conferências, Exposições e outros actos em que a presença da CVV foi requisitada
- Notas de campo tiradas pelo investigador dessas mesmas actividades
- Notícias na Imprensa Local e Regional, bem como nas plataformas multimédia
- Relatos de Confrades, em conversas informais

### Logotipo da Confraria do Vinho Verde (CVV)



### 6. *Que actividades desenvolve a CVV no domínio do Enoturismo?*

#### Presença da CVV na BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa), em 2010.



Fonte: CVV

  frequente encontrarmos nos estatutos das diversas confrarias buicas referências  sua actividade cultural e enoturstica, seja de forma directa, seja com referências indirectas. No primeiro caso, vejamos, a título de exemplo, os Estatutos da Confraria do Vinho Verde (CVV) que postulam, no seu artigo 4, como objectivos da organizao:

- a) *Organizar festas, recepoes, banquetes, provas, concursos, **conferências, passeios culturais e outras manifestaoes em prol do Vinho Verde** e do fortalecimento dos laços buicos entre os Confrades.*
- b) *Apoiar o **estudo e divulgao de trabalhos sobre o Vinho Verde.***
- c) *Glorificar as virtudes e tradioes do Vinho Verde, da sua hstria, da sua gastronomia, **do seu enoturismo e do seu folclore.***
- d) *Defender a **genuinidade, tipicidade e prestígio do Vinho Verde, promovendo e defendendo a Qualidade e Imagem dos produtos da Região dos Vinhos Verdes, nomeadamente Vinho Verde, Vinho Verde Espumante, Vinho Regional Minho, Aguardente de Vinho da Região dos Vinhos Verdes e Vinagre de Vinho Verde, contribuindo assim para a afirmao do seu prestígio, como Patrimnio Regional Milenar e uma Cultura a preservar.***
- e) *Colaborar com Confederaoes, Federaoes e Confrarias similares, Buicas e Gastronmicas nacionais e estrangeiras.*
- f) *Afirmar e promover o princípio do Saber Beber Inteligente e Saudável.*
- g) *defender e praticar o princípio das boas relaoes, solidariedade, cordialidade e união entre Confrades, como comportamento característico de pessoas ligadas pelos fins da sua Confraria, pelo Compromisso solene de tudo fazer pelo Vinho Verde e pela Saudao do Vinho Verde invocando o Vinho Verde, a Confraria e os Confrades, assumidos na respectiva entronizao.*

**Fonte:** CVV – Estatutos (sublinhados nossos a negrito)

Para além dos princípios doutrinários, estatutariamente definidos, consagrarem importante papel, tanto  actividade Enoturstica (presente nas referências a actividades excursionistas e turísticas) como às *Enomemórias* (publicao de estudos, conhecimento do Patrimnio Regional e da Memória Colectiva), importa salientar que a página da CVV na internet ([www.confrariadovinhoverde.com](http://www.confrariadovinhoverde.com)) tem o cuidado de apresentar uma listagem de todos os confrades produtores de vinho, seus contactos, localizao das quintas, para dessa forma possibilitar um contacto directo entre o turista/cliente e o agente econmico.  também um modo de sinalizar as unidades (algumas delas ainda não aderentes à Rota do Vinho Verde).

### Interface gráfica da página internet da CVV e modo como podemos aceder à listagem dos Confrades produtores de vinho

Por outro lado, numa outra “faceta” da actividade confrádica, a CVV promove a participação dos seus confrades em actos solenes que marcam a tradição e identidade etnográfica da Região Demarcada do Vinho Verde – tal caso é o dos cortejos etnográficos (de que se salientam a participação anual no Cortejo Etnográfico das Feiras Novas, em Ponte de Lima e também nas Festas em Honra de Nossa Senhora da Agonia, quando tal é solicitado pelo Município).

### Participação da Confraria do Vinho Verde no Cortejo Etnográfico das Festas de Nossa Senhora da Agonia quando Viana do Castelo foi *Cidade do Vinho*, em 2011



Fotografia: CVV

A nossa proposta seguinte consiste na revisitação de alguns dos principais eventos que a Confraria do Vinho Verde, com a sua presença – nomeadamente com os confrades devidamente trajados – apoia. Apresentamos, em seguida, alguns exemplos mais significativos:

#### Alguns exemplos de actividades enoturísticas apoiadas pela Confraria do Vinho Verde na Região Demarcada homónima

Evento	Local	Periodicidade
Vinho Verde <i>Wine Fest</i>	Porto (Alfândega)	Anual
Feira do Alvarinho	Monção	Anual
Feira do Alvarinho e do Fumeiro	Melgaço	Anual
Festa do Vinho Verde	Ponte de Lima	Anual
Mesa dos 4 Abades	Ponte de Lima	Anual
Vinho Verde Fest	Braga	Anual
Festival do Vinhão ( <i>Festivinhão</i> )	Arcos de Valdevez	*
Concurso <i>Os Melhores Verdes</i>	Porto (Bolsa)	Anual
Ciclo do Sável e produtos endógenos	Vila Nova de Cerveira	*

\* Primeira realização em 2015/2016

**Fonte:** Elaboração própria (com base em informações da CVV)

Apresentamos, em seguida, alguns registos gráficos de eventos marcantes da Confraria nos últimos anos – sejam as entronizações anuais, a recepção feita em Paços do Concelho, imóveis de valor cultural relevante para a Região Demarcada e, mesmo, acções concretas de valorização desse mesmo Património Cultural, tantas vezes ameaçado.

**Almoço comemorativo da Entronização anual de 2013, realizada na Escola Agrícola Conde de São Bento, anexa ao Mosteiro de Santo Tirso.**



Foto: Confraria do Vinho Verde

**Entrevista do Grão-Mestre da Confraria do Vinho Verde, Dr. Mário Cerqueira Correia e do Comendador-Mor, Dr. António Vinagre à RFM, por ocasião da I Edição do *Vinho Verde Wine Fest*, em Setembro de 2014, na Alfândega do Porto.**



Foto: CVRVV

**Recepção da Confraria do Vinho Verde em Arcos de Valdevez por ocasião das festas em honra de Nossa Senhora da Porta (Setembro de 2014).**



**Foto:** CM Arcos de Valdevez

**Fotografia “de Família” no final da Entronização anual realizada em Ponte de Lima, em 2015, no Convento dos Terceiros.**



**Fotografia:** CVV

Nos nossos dias, interessante também sublinhar que algumas confrarias integram órgãos consultivos de organismos públicos de coordenação da política turística, caso da entidade regional de turismo Porto e Norte de Portugal que, nos seus Estatutos<sup>1</sup>, no artigo 15<sup>a</sup> (constituição da Assembleia Geral) contempla a presença de representação da *Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas*. Falta a nossa ver, igual possibilidade de representação às Confrarias Báuicas, tão importantes na região em causa e que deverá, certamente, ser revista pela organização com brevidade.

**7. Tem a CVV promovido o conhecimento e estudo de Enomemórias?**

A Confraria do Vinho Verde, fundada em 1988, foi a quarta confraria báuica a surgir no nosso país, tendo o seu colégio de fundadores tido uma grande preocupação na sua organização interna. Para tal, foi seguido o mesmo modelo orgânico e estatutário que havia presidido, pouco tempo antes, à fundação da Confraria do Vinho do Porto. A sua primeira Grã-Mestre foi Dona Hermínia de Oliveira Paes, proprietária do Palácio da Brejoeira (1988-1992), que lhe transmitiu o ser inicial, emprestando o seu

prestígio e conhecimento, fundamentais ao crescimento da associao. Seguiu-se o Dr. Luís Gusmão Rodrigues, que exerceu as funoes de Grão-Mestre entre os anos de 1992 e 2013, tendo imprimido grande dinamismo e capacidade de acoo o confraria, com a criao de grupos concelhios em diversas partes da região demarcada, além do número elevado de confrades que ingressaram na instituio durante os 21 anos do seu gr-mestrado. Desde 2013, cabe a Grã-Mestria ao Dr. Mário Cerqueira Correia, cuja grande preocupao tem sido a dinamizao da Confraria em toda a Região Demarcada, com uma elevada participao em acoes de natureza cultural, turística e social, bem como a representao fora do quadro regional, em todas as partes do país e, a título mais geral, desde que entre 2010 e 2015 presidiu aos destinos da Federao das Confrarias Buicas, cuja actividade, em grande medida, reiniciou.

É a maior Confraria Buica Portuguesa, com cerca de 700 confrades inscritos (dados de 2016, colhidos junto da Secretária da Confraria, Dona Isabel Prata) e uma das maiores a nível internacional, sendo associada efectiva da FICB (*Fédération Internationale des Confrries Bachiques*) e com participao activa na mesma. Sendo a maior região demarcada em área geográfica, depara-se a Confraria do Vinho Verde com a dificuldade de se desdobrar por todo este espaço e tentar estar presente em diversificadas e inúmeras iniciativas em que a sua participao  solicitada. Por isso decidiu criar grupos concelhios, cuja nomeao depende da Cria Buica.

A Confraria possui os seguintes rgos: Mesa do Capítulo (Assembleia Geral, presidida pelo Comendador-Mor, acompanhado pelos *Cavaleiros da Tvola*); Cria Buica (direco) composta por cinco membros (respectivamente *Grão-Mestre*, *Cancelrio-Mor*, *Chanceler*, *Mestre de Cerimnias e Escano-Mor*) e Conselho de Vedores (Conselho Fiscal). Repare-se que todas as designaoes têm por base a secular organizao confrádica, nomeadamente do ponto de vista hierárquico e funcional, bem como os fundamentos econmicos e sociais que compunham a sociedade tradicional portuguesa (Godinho, 1971). Por isso falávamos, no início deste estudo, pensamos que com propriedade, de “Enomemórias” – as memórias do vinho, das pessoas ligadas comercial ou afectivamente ao vinho e que trabalharam para a sua afirmao histórica e cultural), mas também os bens e artefactos.

A CVV possui ainda um Conselho Consultivo, composto por personalidades de reconhecido prestígio e dedicao em torno do vinho verde e sua região demarcada. Relativamente aos confrades, podem ser Honorários, Protectores (ou Mecenas) e Efectivos. Dentro desta última classe, devemos considerar:

### Categorias de Confrades Efectivos da CVV

Tipo de Confrade	Atribuio
Mestre	<i>Pessoas que exerçam a sua actividade como viticultores do Vinho Verde, quer individualmente, quer como administradores, gerentes ou sócios de sociedade, quer como procuradores destes e ainda qualquer personalidade de comprovado prestígio, ligados directamente ao Vinho Verde.</i>
Oficial	<i>Técnicos de Viticultura e Enologia e outros Técnicos e ou Amigos do Vinho, ligados profissionalmente ao Vinho Verde.</i>
Enfilo	Todos os interessados pelo vinho verde, independentemente da sua formao ou vida profissional

**Fonte:** Estatutos da CVV (adaptado)

Este compromisso com o vinho verde possibilita a participao e apoio a dezenas de iniciativas que, durante todo o ano, dinamizam a actividade turística e cultural – tendo o vinho como protagonista – em toda a região demarcada.

A pluralidade do movimento confrádico possibilita ainda, a nossa ver, outra dimensão importante (e com ela concluímos este ensaio retro e prospectivo): a **afirmao** e a **democratizao** do conhecimento sobre o vinho e a sua cultura, não a tornando inacessível atrás de vocábulos de difícil pronunciao e de sensaoes tantas vezes surreais.

No caso da Confraria do Vinho Verde, concretamente, a sua participao em acoes culturais com as Universidades do Porto, Minho; Instituto Universitário da Maia e Instituto Politécnico de Viana do Castelo (estes últimos Confrades Mecenas da organizao) tem possibilitado a realizao de Congressos e Publicaoes Científicas, mas igualmente de Provas de Vinhos e apoio  dinamizao de Centros Interpretativos e Culturais (eventos que fomos assinalando, fotograficamente).

**Entronização do Reitor da Universidade do Minho, Professor Doutor António Cunha como Confrade Honorário da CVV, na Sé de Braga, perante o Comendador-Mor, Alcino Cardoso (2010).**



**Fonte:** *Correio do Minho*

## 8. Conclusão

Depois de concluído este estudo, fica-nos a ideia de que a vastidão da problemática que elegemos – origem e papel das Confrarias Bâquicas, em Portugal e sua importância na afirmação do produto Gastronomia e Vinhos – bem merece que a ela voltemos, de uma forma ainda mais determinada e sustentada, quem sabe, em sede de estudos pós-graduados, num futuro próximo. Trata-se, como se depreende da leitura, de uma área que carece, ainda, de uma leitura focal, nomeadamente no plano da literatura especializada em Turismo, o que manifestamente está a crescer, à medida que os próprios movimentos confráricos se disseminam e desenvolvem.

Ao lutarem pela genuinidade e tipicidade dos produtos locais, promovendo-os – no plano do conhecimento, mas também do consumo – as Confrarias estão a prestar um relevante papel e contributo que, naturalmente, não pode (nem deve) esgotar-se em torno de si próprio, naquilo que facilmente seria um ensimesmamento cristalizador, tão pouco útil ao local (ainda que seja tentador, como se tem visto, criar confrarias de forma indiscriminada) e tão redutor para o que, globalmente, se tem de fazer: trabalhar em conjunto. Um certame turístico, seja uma feira, uma grande exposição, ou um concurso de vinhos, gosta sempre de contar com a presença de uma Confraria – e porquê? No seu seio há Enólogos, Viticultores e Agentes Comerciais, que podem ajudar na organização e (re)dimensionação daquele evento. Mas, claro, a Confraria pode ajudar com o colorido dos seus trajes, com a força simbólica das suas insígnias e com os seus rituais, muitos deles excelentes numa entrada, numa verdadeira iniciação ao consumo e usufruto do Vinho, num perfeito “casamento” com o seu Património Cultural.

As possibilidades de trabalho que surgem da associação entre as Confrarias, a Sociedade Civil, as Empresas e Produtores de Vinho, o Estado, os Privados e todos aqueles que se interessam pela dimensão cultural e civilizacional da vinha e do vinho são, além de inúmeras, desafiantes e motivadoras.

Pela sua dimensão interprofissional, interclassista e interdisciplinar, as Confrarias gozam da possibilidade e da oportunidade de constituírem actores privilegiados no conhecimento, difusão e promoção dos recursos turísticos e culturais – em primeiro lugar, por estas mesmas condições; em segundo, pela sua independência financeira e social face aos poderes públicos e privados – o que lhe confere particular legitimidade na avaliação e certificação de produtos, sendo frequentemente chamada a concursos e júris internacionais de vinhos e gastronomia; em terceiro, por serem formadas por profissionais de distintas formações, cujo cruzamento de olhares se torna numa clara mais-valia.

Apesar de no caso das confrarias bâquicas ser mais evidente a força e prestígio das Confrarias do Vinho do Porto e do Vinho Verde, sabemos que as diversas organizações são chamadas, dentro e fora do seu território privilegiado de acção, para participarem em certames, feiras e actividades de fomento do Enoturismo. É indubitável que os seus trajes, os seus rituais e a sua presença é, do ponto de vista antropológico e sociológico, um “chamariz” para muitos curiosos.

Importa que a voz das Confrarias seja cada vez mais uma voz credível e respeitada: que a acção das próprias instituições seja baseada, antes de mais, no Conhecimento; também no diálogo e no interesse em sair da “zona de conforto”, procurando novos desafios.

Fica também neste trabalho um contributo teórico e prático para que, nas áreas do Turismo e Património Cultural, se definam claramente as *Enomemórias*: os rituais simbólicos que, social e antropologicamente, estão ligados ao ciclo da vinha e do vinho no calendário agrícola e comunitário; mas também as vivências das pessoas; a Memória das Casas e dos Imóveis, mas também a relação com a Gastronomia e as Paisagens diversas – humana e natural.

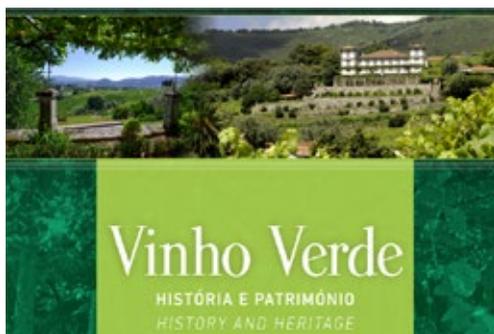
Parece-nos que, sem estes elementos, muitos deles recursos turísticos privilegiados do território de Entre Douro e Minho, nunca o Turismo Gastronómico e Enológico (sempre associado ao Turismo Cultural – e esta é uma ideia de que não abdicamos, como bem deixamos patente nesta investigação) poderá conseguir estruturar-se de forma a cativar a presença dilatada do enoturista ou turista gastronómico no Norte de Portugal (seja no Douro, seja no Minho) visto que este, além de se alimentar e de beber, precisa também de propósitos e motivações para (re)conhecer um território, suas gentes e sua cultura. Precisa, afinal de estimular e aguçar a sua curiosidade, de saber a origem dos produtos e das coisas que vê, de interpretar o seu significado, de discutir a sua função e “alimentar” o espírito para que a experiência turística seja rica e possibilite que, muito mais que um “consumidor” de culturas, o eno e gastroturista seja também – e sobretudo – um (re)produtor de novas e intensas significâncias, qualificando os destinos som saber(es) e com alma.

NOTA: Por opção própria, o autor não segue o novo Acordo Ortográfico

### Anexo 1

#### PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS COM PARTICIPAÇÃO DA CVV E DOS SEUS MEMBROS

Actas do I Congresso Internacional do Vinho Verde (co-publicação com a Universidade do Porto e um seu centro de investigação, 2010), do Simpósio Vinho, Património Cultural e Enoturismo (em parceria com o Instituto Universitário da Maia e o Município de Barcelos, no quadro da Barcelos, Cidade do Vinho 2014) e da Revista *Vinho Verde: História e Património*, com participação do IPVC (Viana do Castelo, 2016)



Fontes: UP; CEDTUR/ISMAI e IPVC

## Bibliografia

- Almeida, Miguel Vale de  
1995. *Senhores de Si: uma interpretação antropológica da masculinidade*. Lisboa: Fim de Século edições
- Araújo, Henrique Gomes de  
1995. *Dar, receber e retribuir – um rito de entronização na história recente da Confraria do Vinho do Porto*. In *Sociologia – Problemas e Práticas*, n.º 18, pp. 159-169.
- Bourdieu, Pierre  
1994. *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Coppello, Marcelo  
2008. *Sabores do Douro e do Minho: Histórias, Receitas e Vinhos*. São Paulo: Editora Senac.
- Cunha, Licínio  
2007. *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
- Dias, Geraldo J. A. C  
1998. *As Confrarias Bâquicas: sua natureza e função associativa*. In Douro: Estudos e Documentos, vol. III (6), 2.º. Porto: GEHVID, pp. 17-24. [também disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9436.pdf>].
- Duby, Georges  
1994. *As três ordens ou o imaginário do Feudalismo*. 2ª Edição. Lisboa: Estampa.
- Getz, Donald  
2000. *Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations*. New York: Cognizant Communication.
- Ghira, João Carvalho  
2011. *Origem e evolução das Confrarias: Destaque para o papel das Confrarias Bâquicas no enaltecimento e valorização do vinho*. In Alocução proferida pelo Grão Mestre da Colegiada dos Enófilos de São Vicente, na II Festa da Vinha e do Vinho dos Biscoitos - Ilha Terceira – Açores. Publicada, originalmente, em edição da Revista de Vinhos (1993) e disponível em <http://bagosdeuva.blogspot.pt/2011/01/origem-e-evolucao-das-confrarias.html> (consultado em 4 de Abril de 2016).
- Godinho, Vitorino de Magalhães  
1971. *A estrutura da antiga sociedade portuguesa*. Lisboa: Arcádia.
- Hall, Michael; Sharples, Liz; Cambourne, Brock & Macionis, Nick  
2002. *Wine tourism around the world: development, management and markets*. New York: Routledge
- Hipólito-Reis, C.  
2008. *Vinho, Gastronomia e Saúde*. Porto: Edições da Universidade do Porto
- Jafari, Jafar, ed  
2000. *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
- Jafari, Jafar  
2007. *Entry into a new field of study: Leaving a foot print*. In D. NASH (ed.), *The study of tourism: Anthropological and sociological beginnings* (pp. 108-121). Amsterdam: Elsevier.
- Johnson, Hugh  
2007. *História Universal do Vinho*. Lisboa: Litexa
- Laghans, Franz Paul de Almeida  
1948. *A Casa dos Vinte e quatro de Lisboa, subsídios para a sua história*. Lisboa: Imprensa Nacional.
- Magalhães, Dulce  
2001. *Consumos e sociabilidades na taberna: estudo preliminar de um caso*. In *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras*. Porto: FLUP, I Série, vol. 11, pp. 107-119.
- Magalhães, Dulce  
2010 *Vinhos – arte e manhas em consumos sociais: a apreensão de uma prática sociocultural em contexto de mudança*. Porto: Edições Afrontamento.
- Marques, Gonçalo  
2016. *Dinâmicas patrimoniais e enoturísticas no Entre Douro e Minho: responsabilidade social e participação comunitária*. In *Governança e Turismo* (coord. Agustin Santana Talavera, Eduardo Gonçalves e Xerardo Pereiro Perez), *Cadernos de Turismo* n.º 3. Maia: ISMAI, pp. 289-308.
- Marques, José  
2009. *Saberes e Patrimónios do Vinho para a sustentabilidade do enoturismo e turismo em espaço rural*. In *Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*. Maia: ISMAI, pp. 341-350.

- Martinho, Nuno  
1993. *O Nascer das Confrarias*. In *Revista de Vinhos*, n.º 42, p. 50.
- Mauss, Marcel  
2013. *Sociologie et Anthropologie*. Paris: Presses Universitaires de France (13<sup>ème</sup> édition).
- Mota, António Santos  
2003. *Confrarias Báquicas Portuguesas: Breve História do seu movimento associativo*. Lisboa: Litexa.
- Pais, José Machado  
2006. *Nos Rastos da Solidão: deambulações sociológicas*. Porto: Ambar.
- Pintão, Manuel e Cabral, Carlos  
2012. *Dicionário Ilustrado do Vinho do Porto*. Porto: Porto Editora.
- Turismo de Portugal, Instituto Público (2006). *Gastronomia e Vinhos: Produto Estratégico para o Desenvolvimento Turístico em Portugal*. Lisboa: T.P – I.P
- UNWTO  
2012. *Global report on food tourism*. Madrid: United Nations World Tourism Organization. [URL: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global\\_report\\_on\\_food\\_tourism.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf)].
- Ritchie, B. W; Burns, P. & Palmer, C, ed.  
2005. *Tourism Research Methods – integrating theory with practice*. Oxfordshire: Cabi Publishing.
- Sá, Isabel dos Guimarães  
1996. *As Confrarias e as Misericórdias*. In OLIVEIRA, César, (dir). *História dos municípios e do poder local : dos finais da idade média à União Europeia*. Lisboa : Círculo de Leitores.
- Sampaio, Francisco  
1991. *O Produto Turístico do Alto Minho*. Viana do Castelo: Região de Turismo do Alto Minho.
- Sampaio, Francisco  
2007. *A Gastronomia do Eixo Atlântico*. Vigo: Nigratreia.
- Santos, Figueiredo  
2002. *Turismo – Mosaico de Sonhos: incursões sociológicas pela cultura turística*. Lisboa: Colibri.
- Smith, Melanie e Richards Greg, eds  
2013. *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. New York: Routledge.
- Talavera, Agustin Santana  
1997. *Antropologia y Turismo: Nuevas Hordas, Viejas Culturas?* Barcelona: Ariel.
- Talavera, Agustin Santana; Darias, Alberto e Rodriguez, Pablo (coords).  
2012. *Responsabilidad y Turismo*. El Sauzal (Tenerife): Colecion Pasos Edita, n.º 10.
- Xiao, Honggen  
2006. *Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis*. In *Tourism Management*, Volume 27, Issue 5. London: Elsevier, pp. 738–749.

## Nota

<sup>1</sup> Consultados em <http://www.portoenorte.pt/client/files/0000000001/2173.pdf> (consulta feita a 28 de Abril de 2016).

*Recibido:* 02/06/2016  
*Reenviado:* 25/11/2016  
*Aceptado:* 20/01/2017  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*