

ENOTURISMO
RETOMANDO O CULTO A BACO ATRAVÉS DO TURISMO

WINE TOURISM
RESUMING THE CULT OF BACCHUS THROUGH TOURISM

Ewerton Reubens Coelho Costa

Resumo

O enoturismo é uma experiência inovadora que convida não só os conhecedores de vinhos como o turista convencional a mergulhar no mundo das delícias de Baco. Visitar vinícolas e observar como ocorre a fabricação dos vinhos poder experimentar os diferentes tipos de vinhos produzidos numa determinada região com valores agregados da gastronomia e costumes regionalizados é uma forma especial de entrar em contato direto com a cultura, com o meio e com a população de um local em visitação. E tem-se no turismo o ambiente perfeito para que esta atividade ocorra de fato.

Palavras-Chave

Enoturismo, Baco, Experiência inovadora, Cultura.

Abstract

The Wine tourism is an innovative experience that invites not only the connoisseurs of wine as the tourists get lost in the conventional world of the delights of Bacchus. Visiting wineries and see how whether the manufacturing process of wine, be able to experience the different types of wine produced in a given region with aggregates in the gastronomy and customs regionalized is a special kind of come into direct contact with the culture, with the environment and the population of a place in visitation. And in tourism has been the perfect environment for this activity occurs in fact.

Keywords

Wine tourism, Bacchus, Innovative experience, Culture.

ENOTURISMO RETOMANDO O CULTO A BACO ATRAVÉS DO TURISMO

WINE TOURISM RESUMING THE CULT OF BACCHUS THROUGH TOURISM

Ewerton Reubens Coelho Costa

Sendo o turismo uma área de crescimento e desenvolvimento acelerado em todo o planeta é possível identificar na atividade turística quais serão os nichos que irão se destacar ao longo dos tempos, de acordo com as demandas. Cada nicho procura atender a um público específico onde o que é apresentado foi criado especialmente para aqueles consumidores. De acordo com O'Neill e Chartes (2000), o enoturismo é o nicho realizado em espaço rural estando ligado ao vinho e à vinha, sendo atualmente um dos segmentos do mercado turísticos que está em franco crescimento. A existência de eventos que atraíam visitantes e que tinham o vinho como célebre homenageado é antiga. O maior exemplo disso eram as famosas bacanais, festas que homenageavam a Dionísio¹ [de Dio(s), céu, em Trácio, e Nysa, filho: o filho do céu], o deus do vinho, as quais Pisístrato, um governante da Atenas de 605-527 a.C., fora o responsável pela oficialização do culto a Dioniso na Grécia onde realizava procissões com a imagem em embarcações com rodas² puxadas por sátiros³ e com homens e mulheres nuas no

¹ Foi com o nome de Baco que Dionísio entrou em Roma. Segundo o que reza a mitologia, Baco era filho do deus Zeus e da mortal Sêmele. Era considerado o deus do vinho e da folia, representava seu poder embriagador, suas influências benéficas e sociais. Promotor da civilização, legislador e amante da paz. Liber é seu nome latino e Dioniso é seu equivalente grego. Pela história que a mitologia conta, percebe-se porque Baco “influencia” nas festas de bebedeira.

² O referido meio de transporte era conhecido na época como *carrum navalis*, - o que daria alusão aos carros alegóricos do carnaval atual.

³ Eram entidades grego-romanas naturais que possuíam uma metade humana e outra metade com corpo de bode. Normalmente eram-lhes consagrados o pinho e a oliveira e apesar de serem divinos, não eram imortais.

seu interior. O cortejo seguia com uma multidão mascarada até o Lénaion (templo sagrado dedicado a Baco) onde culminava com a hierogamia (o casamento do deus com a pólis inteira em busca da fecundação).

Quando a capital grega perdia um pouco do seu brilho na arte, Roma introduzia o culto a Baco e suas bacanais. O nome de Baco sempre causou polêmica por está ligado as bebedeiras e, sobretudo por aparecer na literatura mundial com a mesma personificação usando nomes diferentes, mas sempre ligado ao uso do vinho e de seus efeitos. Uma explicação para este fato é dada por Brandão:

Viu-se que o deus do êxtase e do entusiasmo, até mais ou menos a década dos anos 50, era considerado como uma divindade que chegara tardiamente à Hélade. Pois bem, a partir de 1952, as coisas se modificaram: é a decifração de uma parte dos hieróglifos creto-micênicos por Michael Ventris, segundo se mostrou no Volume I, pág. 53, ou, mais precisamente, a decifração da Linear B, consoante a classificação de Arthur Evans, demonstrou que o deus já estava presente na Hélade, pelo menos desde o século XIV a.C., conforme atesta a tabela X de Pilos. Há de se perguntar por Iaco: Brômio: Zagreu: que um deus tão importante, já documentado no século XIV, só se manifesta de forma aparentemente grotesca no século IX, e só a partir dos fins do século VII a.C. tem sua entrada solene na mitologia e na literatura? É quase certo que o adiado aparecimento de Dioniso e sua tardia explosão no mito e na literatura se deveram sobretudo a causas políticas. Com seu êxtase e entusiasmo, o filho de Sêmele era uma séria ameaça à pólis aristocrática, à polis dos Eupátridas, ao status quo vigente, cujo suporte religioso eram os aristocratas deuses olímpicos. Com as características, ora de deus da cultura do vinho e da figueira, ora simbolizado pela hera e pelos pinheiros, ora representado pelo bode, Dioniso, o deus da transformação e da metamorfose, que havia sido expulso do Olimpo, todos os anos, chegava à Grécia, aos primeiros raios de sol da primavera, acompanhado de um séquito de sátiros e ninfas, sendo saudado pelos fiéis com música, danças, algazarras, vinhos, sexo e também violência, que por vezes terminava em tragédia.” (Brandão, 2000, p. 117).

Pelo que se sabe, inicialmente, as bacanais eram eventos secretos e freqüentados exclusivamente pelas fêmeas humanas durante três dias no ano. Posteriormente, os homens foram aceitos nos cerimoniais e as festividades ocorriam quatro vezes ao ano. E no momento

em que as festas passaram a invadir as ruas romanas e gregas, com aquele povo dançando, soltando bramidos estridentes e atraindo adeptos do sexo oposto em número crescente, os bacanais causavam desordens e escândalos, e eram sempre regadas a muito vinho.

Brandão (2000) comenta que a comemoração em honra a Dionísio se distendia em quatro celebrações, em Atenas: as Dionísias Rurais, as Lenéias, as Dionísias Urbanas ou Grandes Dionísias e as Antestérias, se estendendo de dezembro a março. Na realidade pouco se sabe desses eventos no que tange aos detalhes da celebração. Contudo a cerimônia central das Dionísias Rurais, por exemplo, incidia num kômos, ou seja, numa alegre e barulhenta procissão, com danças e cantos, em que se comboiava um falo. Os participantes do cortejo cobriam o rosto com máscaras ou então se disfarçavam com fantasias que lembrava animais – o que corrobora tratar-se de um sortilégio para trazer fertilidade aos campos e lares.

As Lenéias eram celebradas em pleno inverno (fins de janeiro e inícios de fevereiro), onde Dioniso era invocado com o auxílio do daduco, o condutor de tochas, e consoante uma glosa de um verso de Aristófanes. Estas, ao que tudo indica, se iniciavam por uma procissão de caráter orgiástico, uma incontestável lembrança do kômos antigo, sendo acompanhado por apresentações de comédias e tragédias.

As Dionísias Urbanas eram celebradas durante a primavera (fins de março), e contavam com a presença de todos os gregos e embaixadores estrangeiros durante seis dias, tendo cortejo, concursos de canções típicas, danças mímicas, escolhas de melhores peças de teatro, entre outras manifestações artísticas.

Enquanto as Anthestérias (a celebração em homenagem a Baco mais antiga que se conhece desde 460 - 395 a.C.) eram consideradas como a festa das flores, celebrada nos dias 11, 12 e 13 do mês Anthestérion, fins de fevereiro, início de março. Tratava-se, de um evento

primaveril, em que se esperava a brotação, o rejuvenescimento da natureza. Embora nestas festas Dioniso imperasse por inteiro, havendo, por conseguinte, a quebra de todos os interditos, o Estado sempre os tolerou, uma vez que toda ruptura com tabus de ordem política, social e sexual apontava não somente à imprescindível fecundidade e à fertilidade, mas era algo que atingia tão-somente o mundo da sensibilidade, sem chegar à reflexão, como na tragédia. Logo no primeiro dia das Anthestérias eram abertos tonéis de terracota, aonde se guardava o vinho da coleta de outono, e transportavam-no o Lénaion, que só abria suas portas para dar início à bebedeira sagrada. O segundo dia era dedicado ao concurso dos beberrões – sendo o mesmo dia, em que se comemoravam as khóes (derramar), organizava-se uma solene e ruidosa procissão para comemorar a chegada do deus a pólis. E o terceiro dia era consagrado aos mortos.

Antigamente se dizia que antes de Dionísio havia dois mundos distintos: o mundo dos homens e o quase impenetrável mundo dos deuses. Mas a existência da metamorfose foi precisamente a escada que permitiu ao homem penetrar no mundo dos deuses. Os mortais, através do êxtase e do entusiasmo, aceitaram alienar-se com bebedeiras na esperança de uma transfiguração, de ficar mais perto de seus deuses.

As bacanais tiveram grande desenvolvimento até serem reprimidas no século V a.C., onde foram apelidadas de “bagunça dionisíaca”. Entretanto a influência política e cultural somente atingiu seu esplendor no século IV, quando Alexandre, o Grande, expandiu as conquistas gregas, formando colônias em lugares afastados como o leste do Afeganistão e as fronteiras da Índia.

Atualmente as bacanais são vistas como festas de má reputação com ambientes libertinos, banquetes crapulosos e orgias onde as bacantes, no seu delírio, cometiam toda sorte de excesso selvagem, luxurioso e desregrado.

O vinho está associado ao amor e à falta de amor, ele acompanha a alegria e a tristeza, o sucesso e o fracasso, preside à amizade, impregna profundamente a cultura do espírito, o comércio, a guerra e a paz, o repouso do trabalhador. Deixar de beber vinho, em certas civilizações, é quase ter que renunciar a qualquer atividade, a todo intercâmbio com os outros, renunciar até mesmo a pensar, e as implicações sociais, sentimentais e morais do vinho criam uma rede de hábitos que ultrapassa largamente a necessidade de álcool propriamente dita (Revel, 1996, p. 102).

Talvez as narrativas míticas com seus conteúdos históricos capazes de fascinar por meio de suas personagens fantásticas seja o motivo que confere ao vinho, ainda mais, um poder de atração. E, como a maioria das coisas que possui este poder acaba virando atrativo turístico, não seria diferente como o vinho.

Macionis (1998) comenta que por se tratar de um nicho relativamente jovem, o enoturismo tem grandes possibilidades de crescimento permitindo sustentabilidade e rentabilidade a médio e longo prazo nas localidades que o escolherem como atrativo. Por acontecer fora das áreas urbanas o enoturismo assume-se como sendo um importante componente de desenvolvimento local, gerando emprego e renda.

As grandes potências europeias já vem há muito tempo observando que seus vinhos não estão apenas entre os melhores do mundo. Mas que suas paisagens, suas vinícolas podem atrair até mais do que uma simples garrafa de vinho. De acordo com dados da União Europeia (EU), o sector do turismo é atualmente o maior da EU, contribuindo com 5,5% para o Produto Interno Bruto (PIB) comunitário, 6% do emprego e 30% do comércio de serviços da EU (DGT, 2002).

Cambourne (1998) se refere ao enoturismo como sendo o “buzzword” que substituiu o ecoturismo como o mais novo e “quente” segmento do mercado turístico. E, embora seu conceito ainda esteja em formação (Charters e Ali-knight, 2002), Hall, citado por Costa (2003), define o enoturismo como sendo a visita a vinhas, as vinícolas, aos festivais de vinho, aos espetáculos de vinho, de modo a provarem os vinhos produzidos nessas regiões visitadas, sendo estes os motivos fundamentais deste tipo de visitação.

Decorrentes deste conceito surgiram os *enotours* – Tour onde o vinho é o objeto turístico que motiva a visitação, bem como os diversos elementos envolvidos no processo de elaboração da bebida (vinícolas, vinhedos, as paisagens do entorno, a cultura que produz o vinho, etc.); onde as visitas a estes lugares são eminentemente culturais e se funde com experiências históricas e gastronômicas. Além disso, os *enotours* permitem ao visitante se aprofundar no meio onde o vinho é produzido redescobrimo aspectos artísticos, culturais e socioeconômicos do lugar.

Outra vantagem do enoturismo é o seu poder de familiarização com o tema. Pois o enoturismo favorece tanto ao enófilo dedicado como a uma pessoa que nunca tenha tido contato com as delícias de Baco. O que faz do enoturista um ‘conhecedor ocasional.

No mundo do turismo as atrações para o enoturismo estão sempre sendo criadas a cada dia. É só observar a quantidade de museus que já existem, em regiões estratégicas, que dedicam seus acervos ao vinho e a sua história. Segue abaixo uma relação dos museus dedicados ao vinho mais importantes:

- Museu das Tradições Viníferas, em Vongnes (Ain/França), oferece mais de 1.500 artefatos referentes ao comércio e produção de vinhos;
- Museu do Vinho e de Arqueologia, 13 avenue de Champagne, em Épernay (França);
- Museu do Vinho da Borgonha, Hotel des Ducs, em Beaune (França);

- Museu Martini de História da Enologia, Pessione (Itália), apresenta a mais bela coleção de objetos sobre a vinha e o vinho no Egito dos Faraós;
- Museu Arqueológico, Ostallee, 44, em Trier (Alemanha);
- Núcleo Museológico do Vinho e da Vinha, em Palmela (Portugal);
- Museu do Vinho e Enoteca, em Porto Alegre (RS/Brasil), que apresenta cerca de 250 variedades de vinhos produzidos por 32 vinícolas do Rio Grande do Sul, com orientação descritiva dos produtos.

O enoturismo encontra-se inserido, geralmente, em áreas onde se praticam o turismo rural, o turismo de natureza e o turismo cultural, os quais ganharam muita evidência por conta do regionalismo. Sua particularidade inovadora mostra-se no fato desses locais turísticos terem assumido sua vocação de produtores de vinhos e vinhas, adotando a criação de roteiros para o turismo onde se valorizasse ainda mais a bebida feita com as vinhas, e que acabou trazendo com isso o desenvolvimento. Nestes roteiros, apresentam-se as rotas dos vinhos onde se promove regiões em que são produzidos vinhos distintos. Costa & Dolgner apresentam o conceito usado na Itália para designar as rotas do vinho:

A legislação italiana define-as como percursos sinalizados e publicitados através de painéis especiais que destacam os valores naturais, culturais e ambientais, explorações vitivinícolas, individuais ou associadas, abertas ao público, constituindo instrumentos através dos quais os territórios agrícolas e as suas produções podem ser divulgados, comercializados e dispostos em forma de oferta turística (AREV, 2002). (Costa e Dolgner, On Line).

Em termos mais claros, uma rota de vinhos deve ser constituída em uma ou mais região produtora de vinho e vinhas, que disponibilize de infra-estrutura básica para a prática do turismo, sendo devidamente sinalizadas e organizadas entre si; abrangendo espaços e equipamentos de uso turístico cuja oferta inclua a apreciação de vinhos certificados por órgãos competentes (questão de qualidade), centros de interesse de vitivinícolas, museus e/ou espaços dedicados ao vinho e sua produção, e empreendimentos atrelados a gastronomia

(bares, restaurantes, adegas, etc.) que sejam capazes de gerar um real interesse turístico. A hospedagem, também, é outro importante elemento para as rotas do vinho, pois os visitantes, muitas vezes, querem pernoitar num local próximo ao que será visitado.

No turismo, observa-se várias possibilidades de entrada no mercado por conta dos nichos; pelo simples fato de que os seres humanos são diferentes e buscam coisas diferenciadas para consumir de acordo com seus desejos e aspirações. O enoturismo, então, surgiu para atender uma demanda de pessoas que apreciam a um bom vinho ou mesmo para que os enólogos, na busca pela perfeição de sua arte, tivessem roteiros mais elaborados, nos quais pudesse analisar determinado vinho desde a produção da uva até o sabor final – analisando tudo. Talvez o objetivo maior do enoturismo seja dar visibilidade a regiões onde os vinhos são produzidos e gerar desenvolvimento e crescimento para a comunidade produtora de vinho através da atividade turística.

Para incentivar o desenvolvimento do enoturismo é imprescindível conscientizar a comunidade onde o nicho será implementado, que a prática da atividade turística planejada e envolvendo comunidade, empreendedores e o governo, promoverá o desenvolvimento da localidade em todos os âmbitos. Tal união só fortalecerá a criação do produto turístico final (a rota do vinho) e a visibilidade da comunidade.

Essa visão de turismo planejado, obtida através da união acima citada, se faz necessária para que se consiga pontuar um melhor entendimento sobre as deficiências e os potenciais turísticos que o local possa oferecer. E a partir de então, gerar a tematização dos possíveis roteiros e rotas para o vinho.

Faz-se imprescindível, também, que os estabelecimentos de restauração aceitem e façam uso dos elementos disponibilizados nos roteiros que serão desenvolvidos, e que trabalhem com o tipo de vinho específico da região, pelo menos em pontos estratégicos do roteiro.

No que tange a existência de espaços para contemplar as curiosidades do vinho e dos elementos afins para a cultura do mesmo, faz-se necessário a criação de ambientes que guardem a memória dessa bebida, mesmo porque se sabe que existem poucos museus destinados a este fim espalhados pelo mundo. A importância de resguardar a história (ou mesmo a mitologia) do vinho é importante para que os filhos do futuro possam compreender e vivenciar um pouco da simbologia e influência que as delícias de Baco obtiveram ao longo dos tempos, estando presentes em muitos dos momentos especiais para a maioria das pessoas.

As grandes potências produtoras de vinho na Europa já utilizam a algum tempo o enoturismo como nicho mercadológico de grande rentabilidade. No Brasil, os estados do sul já passam a se firmar como local de enoturismo com a ajuda de roteiros integrados, e criaram rotas de vinhos brasileiros que vem encantando os visitantes não só pela qualidade do vinho produzido ali, mas pela presença planejada no uso da cultura e do turismo durante a visita.

Acredita-se que este trabalho foi apenas uma gota no oceano das pesquisas, mas que teve o intuito de contribuir para os estudos da atividade turística com sua parcela de informação sobre o enoturismo, e incentivar aos profissionais e pesquisadores do turismo a aprofundar mais suas pesquisas nessa área para que possamos conhecê-la e planejá-la da melhor forma possível visando o desenvolvimento responsável do turismo.

Referências

AREV. *Les Routes du Vin dans le Monde*. 2002.

BRANDÃO, Junito de Souza. *Mitologia Grega*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

CAMBOURNE, B. “*Wine tourism in the Camberra district*”, Wine Tourism – Perfect Partners, Proceedings of the First Australian Wine Tourism Conference, Bureau of Tourism Research;1998.

CHARTERS, Steve; ALI-KNIGHT, Jane. “*Who is the Wine Tourist?*”, Tourism Management, 23 311-319, 2002.

COSTA, Adriano. *O Enoturismo em Portugal: O caso das rotas do vinho*. 3ª Jornadas Ibéricas, Coimbra; 2003.

_____; DOLGNER, Maria do Rosário. *Enquadramento legal do enoturismo*. [Artigo on line]. Escola Superior de Tecnologia e Gestão Instituto Politécnico da Guarda. Consulta realizada em 28 de setembro de 2008. Disponível em:
http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/enoturismo.pdf.

O’NEIL, Martin; CHARTERS, Steven. “*Service quality at the cellar door: implications for Western Australia,s developing wine tourism industry*”, Managing Service Quality, Bedford, vol. 10; 2000.

REVEL, Jean-François. *Um banquete de palavras: uma história da sensibilidade gastronômica*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

O autor

Ewerton Reubens Coelho Costa

Graduado em Gestão de Turismo pelo Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará – CEFETCE, atualmente trabalha como consultor de negócios turísticos desenvolvendo consultorias nos segmentos de mercado como: Turismo LGBT, Gestão de A&B e Turismo Cultural (Estudos Culturais). R. Dr. José Adail dos Santos, 70, apto 407 – São Gerardo. CEP 60325-560 – Fortaleza/Ceará. ewertonreubens@hotmail.com