

Percepção das regiões vinhateiras: o papel da paisagem

Ana Lavrador

e-GEO, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa, Avenida de Berna, 26–C, 1069–061 Lisboa, e-mail: ana.lavrador@sapo.pt



Colóquio Ibérico de Estudos Rurais
Cultura, Inovação e Território

Coloquio Ibérico de Estudios Rurales
Cultura, Innovación y Territorio

Coimbra, Portugal

Outubro / Octubre 23-25, 2008

Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território

Resumo

Este artigo apresenta resultados do estudo de percepção integrado na minha tese de doutoramento dirigida a cinco emblemáticas regiões demarcadas de Portugal: Vinhos Verdes; Porto/Douro; Dão; Bairrada e Alentejo. O objectivo fundamental é analisar valores, atitudes e comportamentos de um público diversificado face às paisagens e à sua gestão, assim como avaliar a identidade reconhecida a cada região. São utilizados inquéritos, tratados estatisticamente por Análise Factorial das Correspondências Múltiplas. Enquanto resultados, estabelece-se uma escala de atitudes e uma tipologia de comportamentos face às paisagens de vinha e à sua importância na promoção do vinho e divulgação turística. Na avaliação da identidade de cada região, distinguem-se: os elementos mais simbólicos da paisagem (“marcas fortes”), dos menos valorizados (“marcas fracas”) ou considerados prejudiciais à imagem da região (“marcas negativas”). No plano da aplicação, estes resultados são úteis ao marketing de produtores e de agentes turísticos, no ordenamento e gestão do território e em acções de sensibilização ambiental.

Palavras-chave: percepção, paisagem, identidade, regiões vinhateiras, tipologia, inquéritos.

Introdução

O facto da identidade das regiões vinhateiras, sobretudo as relativas às denominações de origem, estar ameaçada pela mecanização e pela globalização, torna importante efectuar um diagnóstico às suas paisagens e à sua gestão. Acredita-se que a identificação de valores territoriais simbólicos (marcas) possa contribuir para consolidar e/ou criar uma imagem para cada região, útil à promoção dos vinhos de qualidade DOC nos mercados internacionais e criar e/ou consolidar a construção de um destino turístico. Neste estudo, considerou-se a opinião de um público diversificado (produtores, entidades dos sectores vitivinícola e turístico, técnicos, agricultores, estudantes universitários, turistas, outros utilizadores), sobre as paisagens de cinco emblemáticas regiões demarcadas portuguesas: DOC Vinhos Verdes (Sub-região Monção); DOC Porto/Douro (Sub-região Cima Corgo) DOC Dão (Sub-região Silgueiros); DOC Bairrada e DOC Alentejo (Sub-região Reguengos).

Enquanto fundamentos teóricos, as paisagens são aqui assumidas como objectos culturais, resultantes de uma construção e de uma mediação (Cosgrove, 1989; Soja, 1996; Besse, 2004). São uma construção, pois resultam de um processo histórico contextualizado e de um conjunto de práticas culturais (implícitas ou explícitas, mais ou menos conscientes) inerentes às estruturas sócio-económicas que lhes deram origem e as foram modificando. Enquanto processos de mediação, representam elementos da esfera da identidade (âncora territorial, plataforma de evasão, código comportamental), indicativos de diferentes aceções do estar no mundo. No âmbito das teorias da percepção, esta abordagem enquadra-se numa perspectiva Cultural (Zube *et al.*, 1982; Zube (1984); Andersen (1992); Saraiva (1999); Saraiva e Lavrador, 2005), através da qual se pretende entender sensibilidades e interesses, nem sempre coincidentes, de diferentes públicos. Com efeito, o facto da paisagem rural ter hoje uma conotação holística, quer no sentido da sua funcionalidade, quer no das relações de poder, ajuda a que se analisem opiniões dos diferentes grupos de actores, incluindo urbanos. Por seu lado, a emergência de novas actividades rurais fora do âmbito da terra promove uma aproximação dos padrões de percepção entre rurais e urbanos (Ribeiro, 2003, *in* Simões, 2003; Gulinck, 2004; Batista, 1999). Na senda da Convenção Europeia da Paisagem (2000), acredita-se nas vantagens de uma gestão integrada e partilhada – participativa, democrática, inclusiva, realista e internacional – do universo rural. Admite-se também que uma gestão fundamentada em modelos *bottom-up*, pode contribuir para obter soluções mais ajustadas sob o ponto de vista ambiental, cultural e socioeconomicamente viáveis (Roca, 2004; Oliveira e Dneboská, 2004; Potschin e Haines-Young, 2005).

Enquanto procedimentos metodológicos e técnicos, este artigo comporta duas partes que se complementam: a) o estabelecimento de uma escala de atitudes e de uma tipologia de comportamentos face às paisagens; b) a identificação de *marcas* territoriais,

valores âncora da organização das paisagens que constituam referências de identidade para as cinco regiões em estudo. A identificação de padrões de atitude e de comportamento realizou-se em duas etapas: numa primeira etapa, a aplicação da Análise Factorial de Correspondências Múltiplas (AFCM) ao universo de variáveis do inquérito em análise permitiu individualizar 12 grupos de opinião, de acordo com semelhanças relativamente ao grau de sensibilidade às questões em avaliação. Num segundo momento, os grupos de opinião foram hierarquizados segundo categorias, consoante valores, conhecimentos, atitudes e comportamentos. Por último, agregaram-se as variáveis por região, com vista à identificação da identidade das regiões. Este procedimento permitiu hierarquizar as Regiões DOC consoante o reconhecimento da sua identidade vinhateira: níveis de notoriedade das paisagens e número, diversidade e qualidade dos elementos vitivinícolas (sistemas de cultura, sistemas de armação do terreno, adegas, outros), avaliados à escala da Sub-região.

1. O Inquérito – escolha, elaboração, recolha dos dados e dificuldades

A escolha do inquérito por questionário resulta da sua eficácia em estudos comparativos e exaustivos (abrangência e heterogeneidade de questões), como é o caso. Dada a complexidade e a diversidade de atributos relativos às paisagens e práticas culturais de cada região, a construção do inquérito foi realizada por fases e pré testada nas diferentes Sub-regiões. Nesse propósito e na linha de outros autores (Jönsson e Gustavsson, 2002; Ramirez, 1995, *in* Jönsson e Gustavsson, 2002; Foster, 2000, *in* Jönsson e Gustavsson, 2002), num primeiro momento foram efectuadas entrevistas exploratórias a pessoas chave, do sector vitivinícola e turístico. Pelo primeiro, entrevistaram-se - produtores engarrafadores, engenheiros e técnicos agrícolas, presidentes e técnicos das Comissões Vitivinícolas Regionais (CVRs). Pelo sector turístico recorreu-se a técnicos das Rotas do Vinho. Nessa entrevistas foi seguido um guião uniformizador das respostas, no qual era deixada em aberto a possibilidade do entrevistado integrar contributos adicionais.

Uma vez definidas as questões, organizou-se o inquérito em três Partes (A, B e C)¹, sendo que o estudo de percepção da paisagem aqui apresentado resultou da análise à Parte A e de um Grupo da Parte B, relativo ao uso da paisagem na escolha do vinho. Procura-se a opinião dos respondentes, sobre as seguintes dimensões válidas no ordenamento e na gestão territorial e sectorial: 1) Identidade e notoriedade, valores promocionais e estéticos, inerentes às paisagens e ao sector vitivinícola; 2) Potencialidades vitícolas ligadas ao mosaico e à parcela; 3) Potencialidades e fragilidades ambientais inerentes ao ordenamento e gestão territorial e relevantes para o Enoturismo. A Parte A é totalmente constituída por questões de atribuição de valor, num total de 468 variáveis e modalidades de resposta. Formularam-se questões fechadas, na linha de outros autores (Zube 1982; Appleton, 1975, Kaplan e Kaplan, 1982, *in* Saraiva, 1999) e utilizou-se uma adaptação da escala semi-quantitativa de Likert, simplificada da seguinte forma: 1-Indefinido/Inexistente; 2-Reduzido; 3-Médio; 4 – Elevado. Em onze dos catorze grupos constituídos deixou-se em aberto a possibilidade dos inquiridos darem outras sugestões e/ou expressarem preocupações, relativamente aos temas em avaliação. Cada grupo do inquérito associa-se sempre um tronco de questões comum às diferentes regiões vinhateiras e questões dirigidas à especificidade de cada região. Procurou-se também dar uma sequência lógica aos grupos do inquérito. Estes seguem uma ordem espacial, do geral para o particular (região/local/parcela) e uma ordem de definição, do abstracto para o concreto. Dentro de cada grupo, tenta-se obter alguma ordem interna e, na medida do possível, manter um número aproximado de questões. Dada a grande dimensão do inquérito, utilizam-se unicamente questões fechadas, a fim de evitar a dispersão das respostas. Outras regras, tais como questões curtas, encadeamento das perguntas, uso da afirmativa, padronização e uniformização da imagem do inquérito são igualmente acatadas, a fim de facilitar ao respondente a qualificação as respostas.

A recolha dos dados foi um processo moroso, que implicou múltiplas deslocações às regiões e envolveu entidades muito diversificadas: instituições oficiais (Instituto da Vinha e do Vinho, Comissões Vitivinícolas Regionais, Instituto do Vinho do Porto, Casa do Douro, Universidades

¹ A Parte B diz respeito a um estudo de mercado e a Parte C à análise do perfil demográfico e socioeconómico dos respondentes.

e Escolas Agrárias, Museus do Vinho, Postos de Turismo, Municípios, outros); empresas privadas (produtores, donos e frequentadores de hotéis, restaurantes, supermercados, outros); técnicos agrários (engenheiros agrónomos, enólogos, técnicos de laboratório, técnicos de turismo, técnicos de planeamento); viticultores; turistas; estudantes universitários e população em geral.

Enquanto constrangimentos, dada a grande dimensão e especificidade do inquérito, houve dificuldade em mobilizar respondentes, sobretudo os desligados do sector, com menos habilitações literárias e/ou pouca vivência das paisagens. Este facto, aliado à dispersão espacial das regiões, teve reflexos na selecção da população a inquirir. Foi dada prioridade a produtores e a outros profissionais ligados ao sector vitivinícola, repartidos por entidades oficiais e empresas privadas, tendo sido obtida uma amostra final de 470 inquéritos.

2. A escolha e aplicação da Análise Factorial de Correspondências Múltiplas

Escolheu-se a técnica estatística multivariada - Análise Factorial de Correspondências Múltiplas (AFCM), pois permite condensar a informação de partida num sistema de associações que toma em conta a heterogeneidade presente na construção do questionário (variáveis semi-quantitativas e qualitativas). Este estudo integra 54 variáveis activas (seleccionadas da Parte C - perfil demográfico e socioprofissional dos inquiridos), responsáveis pela criação dos eixos. Sobre estas projectam-se as variáveis suplementares ou com o estatuto de ilustrativas (num total de 468, relativas à Parte A², um grupo da Parte B e as respostas às actividades de lazer, contidas na Parte C).

Para o Eixo 1 (Figura 1), o que contém maior representação do universo das respostas, a percentagem de explicação foi de 12,3%, valor percentual relativamente pequeno, mas que tem um importante significado neste tipo de análise estatística. Neste caso concreto, verificou-se que seis seria o número necessário e suficiente de eixos para estabelecer um sistema de relação interpretável (48% de explicação), pois abrange a totalidade das variáveis de “activas” e “ilustrativas” constantes do inquérito e a totalidade das regiões vinhateiras em estudo. Para a selecção das variáveis, seguiu-se a regra 100/n (Jambu, 1989), em que n é a menor dimensão da matriz submetida à análise (no caso, n=54), seleccionando-se, em cada eixo, os indivíduos e as variáveis com contribuições absolutas³ $\geq 1,85$. Uma vez seleccionadas, agruparam-se as variáveis segundo as seguintes temáticas – notoriedade; valores promocionais; valores estéticos; ordenamento e gestão da paisagem agrária; potencialidades turísticas e fragilidades da paisagem, destacando-se as variáveis de classificação e as de opinião que mais marcam cada conjunto de indivíduos, identificados (mais afastadas do zero). Por último, individualizaram-se *grupos de opinião* que se opõem, em cada eixo factorial, relativamente à percepção da paisagem, aos quais foram dadas designações, a fim de facilitar a interpretação dos resultados e tornar a interpretação mais viva. Utilizando como exemplo o Eixo 1, individualizaram-se os “Localistas”, agricultores e reformados minhotos, opositores a “Críticos Urbanos, turistas na Sub-Região Reguengos, DOC Alentejo. Numa segunda etapa hierarquizaram-se os grupos de opinião de acordo com níveis de conhecimento, tipos de atitude e de comportamento, que se ilustrará com a apresentação de uma tabela, no ponto relativo aos resultados.

² Individualizam-se as seguintes questões: 52 relativas à notoriedade (Grupos 1 e 2); 68 relativas à promoção (24 do Grupo 3, Parte A e 44 sobre preferências em relação ao uso da paisagem na promoção vinica, Parte B); 48 de percepção estética (Grupos 4 e 5); 68 relativos à organização e gestão da paisagem vinhateira (Grupos 6 e 11); 48 ligados à avaliação dos sistemas de condução, armação do terreno e técnicas vitícolas (Grupos 7 e 8); 52 associadas ao desenvolvimento económico das regiões vinhateiras (Grupos 9 e 10); 80 ligadas a potencialidades turísticas (Grupos 12 e 14); 36 relativas a fragilidades da paisagem (Grupo 13).

³ Contribuições absolutas são aquelas que ‘criam’ os eixos e que se referem à matriz das variáveis activas.

• — **0**

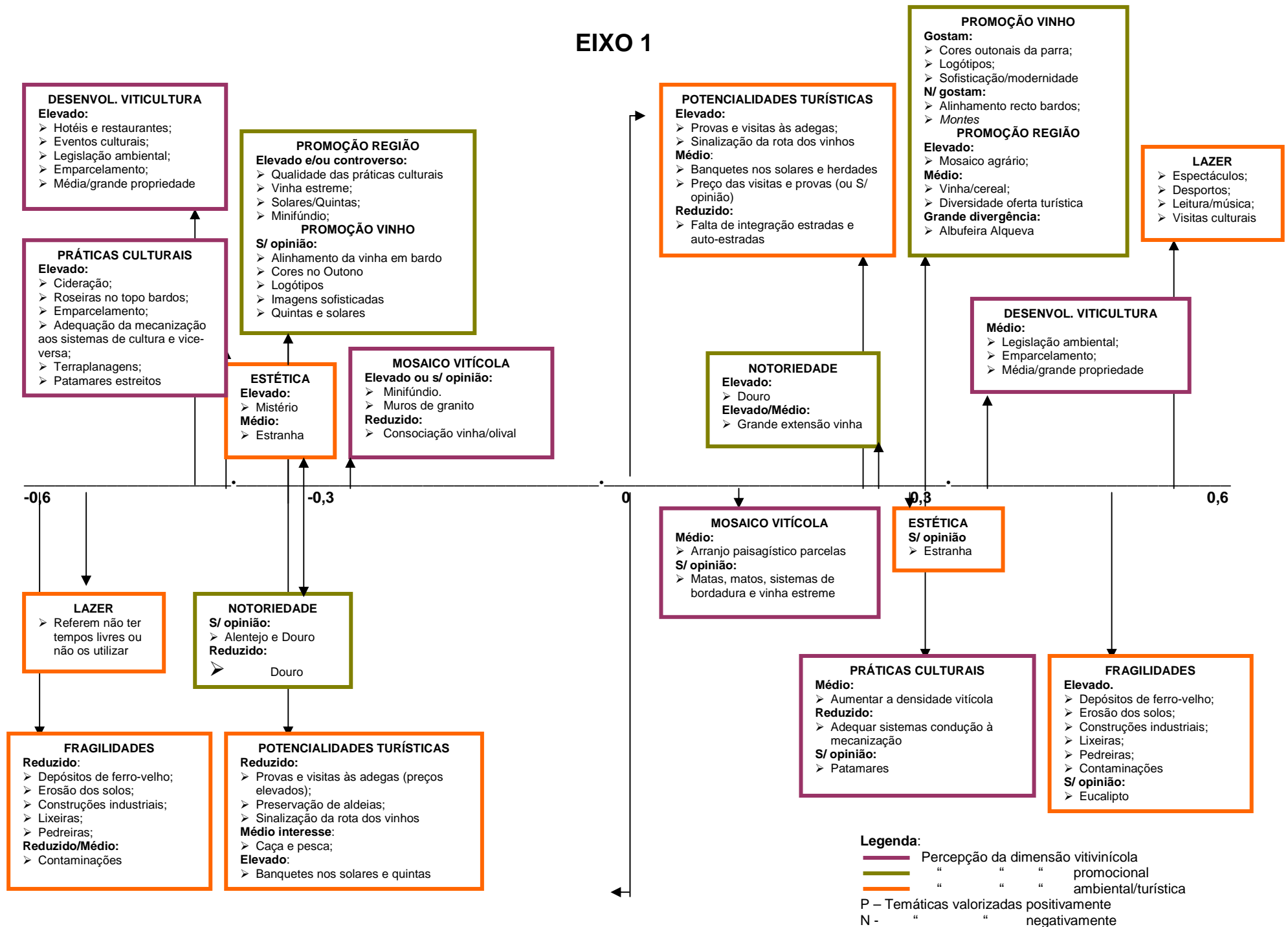


Figura 1 – Eixo 1 – Variáveis de opinião

A fim de aferir graus de consolidação do carácter vinhateiro e concluir da identidade das regiões, agregou-se toda a informação obtida na AFCM, por região. Atendeu-se ao número e qualidade de elementos da paisagem com ligação à vitivinicultura, ou seja, privilegiou-se a notoriedade e a especificidade morfo-funcional, verificável pela projecção das contribuições relativas nos eixos em que a região figura. Complementarmente, foram distinguidas “marcas fortes”, as que detêm maiores contribuições relativas, “marcas fracas”, as que têm menores contribuições relativas ou não têm o consenso dos respondentes e “marcas negativas”, consideradas prejudiciais à imagem da região. Atendeu-se também ao grau de valorização de potencialidades vitivinícolas, turísticas e/ou notoriedade das regiões vinhateiras e a dos seus vinhos. Valorizam-se as regiões que foram avaliadas simultaneamente por residentes e/ou naturais na região, “olhares por dentro” e por turistas ou profissionais a elas associados mas sem residência nas mesmas, “olhares de fora”, sobre aquelas que somente foram avaliadas por locais. Assume-se que as regiões que têm maior projecção externa, devam possuir também um maior grau de desenvolvimento sócio-económico, nomeadamente em relação à vitivinicultura e ao enoturismo.

3. Resultados

No cômputo geral, e no que respeita aos respondentes, definiram-se quatro universos de opinião, que se ordenam e denominaram de acordo com a sua avaliação (Quadro 1):

1) Os *Integralistas* (*Grupos Construtivos e Profissionais*), técnicos da Sub-região Reguengos (DOC Alentejo, Grupo *Críticos Urbanos*) e visitantes Sub-Região Monção (DOC Vinhos Verdes, Grupo *Progressistas*) com elevados níveis de escolaridade, que conhecem o mundo do vinho e da vinha, ou têm opinião sobre o desenvolvimento do sector, apoiam a integração de actividades fora do âmbito produtivo e envolvem a paisagem na actual dinâmica económica das regiões vinhateiras. Unem-nos a comunhão de gostos e interesses pelas paisagens, as quais são assumidas numa perspectiva integradora e valorativa, a que acresce um perfil activo e participativo. Nota-se, contudo, alguma falta de consenso sobre identificação das marcas das paisagens alentejana e minhota e da valência da paisagem como elo de desenvolvimento regional;

2) Os *Economicistas* (*Grupos Cépticos e Pragmáticos*), produtores e gestores vitivinícolas das Beiras (Sub-região Silgueiros, DOC Dão e DOC Bairrada), indivíduos conhecedores mundo do vinho e da vinha, muito centrados na qualidade e no negócio do vinho, desvalorizando a paisagem e as suas potencialidades promocionais, estéticas e ambientais, assim como denotando falta de consenso sobre o ordenamento e uso promocional das paisagens;

3) Os *Acomodados* (*Grupos Tradicionalistas e Localistas*), agricultores e reformados minhotos, pouco escolarizados, que defendem as estruturas agrárias tradicionais, em particular na promoção da DOC Vinhos Verdes, embora admitam a necessidade da sua modernização – emparcelamento, intensificação, qualidade práticas culturais, vias de comunicação – apoiam a multifuncionalidade rural, embora se excluam de participar activamente na mesma;

4) Os *Alheados*, (*Grupos Modernos, Alheados, Activos e Amadores*), pouco esclarecidos sobre a dimensão vitivinícola, sobre as potencialidades e fragilidades das paisagens e suas repercussões no turismo, mostram também alguma falta de capacidade de identificar os elementos simbólicos das paisagens, mas conseguem identificar elementos descontextualizados. Mostram ainda falta de reflexão sobre a utilização da paisagem na promoção do vinho e da região.

Quadro 1 – Tipologia e qualidade das actuações

CATEGORIAS DE ATITUDE	GRUPOS DE OPINIÃO	PERCEPÇÃO			PERCEPÇÃO GLOBAL	PADRÕES DE COMPORTAMENTO	QUALIDADE DA ACÇÃO
		DIMENSÃO VITIVINÍCOLA	DIMENSÃO TURÍSTICA	DIMENSÃO PROMOCIONAL			
INTEGRALISTA	CONSTRUTIVOS	Conhecem práticas vitícolas e o mosaico agrário; sugerem medidas p/ desenvolvimento viticultura.	Atribuem elevado valor estético à paisagem.	Identificam marcas da paisagem duriense e indicam outras sugestões úteis à promoção	Conhecem o mundo do vinho e da vinha, ou pelo menos têm opinião activa sobre o desenvolvimento do sector; apoiam a integração de actividades fora do âmbito produtivo; envolvem a paisagem na actual dinâmica económica das regiões vinhateiras. Denota-se alguma falta de consenso sobre identificação das marcas da paisagem alentejana e minhota e da sua valência como elo aglutinador do desenvolvimento regional.	ACTIVO E PARTICIPATIVO	AJUSTADA E BEM DIRECCIONADA
	CRÍTICOS URBANOS	Conhecem práticas vitícolas e o mosaico agrário; sugerem medidas p/ desenvolvimento viticultura.	Atentos e hiper-valorizam fragilidades da paisagem; interessados no desenvolvimento Enoturismo.	Apreciam modernidade e sofisticação na promoção vinho e uso paisagem na promoção Reguengos.			
	PROFISSIONAIS	Conhecem práticas vitícolas e o mosaico agrário; sugerem medidas p/ desenvolvimento viticultura.	Encontram harmonia na paisagem.	Valorizam vinhedos na promoção do vinho; controversos no uso da paisagem para efeitos promocionais, caso do Alqueva.			
	PROGRESSISTAS	Desconhecem práticas vitícolas; apoiam modernização viticultura e defendem o mosaico tradicional.	Valorizam património monumental e agrário, preocupam-se com aspectos paisagísticos e abandono rural.	Valorizam quintas, solares e qualidade práticas vitícolas na promoção da Sub-Região Monção.			
ECONOMICISTA	CÉPTICOS	Conhecem práticas vitícolas; sugerem medidas para o desenvolvimento viticultura. Divergência de opinião sobre mosaico agrário.	Reconhecem impacto negativo das pedreiras.	Valorizam imagem da vinha associada à floresta na promoção do Dão e Bairrada.	Conhecem o mundo do vinho e da vinha, apoiam a modernização e a qualidade vitivinícola, mas desvalorizam a paisagem, não lhe reconhecendo potencialidades, nem encontrando consenso para o seu ordenamento e uso promocional.	ACTIVO	BLOQUEADORA
	PRAGMÁTICOS	Conhecem práticas vitícolas e o mosaico agrário; sugerem medidas p/ desenvolvimento viticultura.	Desvalorizam património monumental, natural e valores estéticos do Dão e Bairrada.	Grande divergência de opinião relativamente ao uso da vinha envolvida por floresta, no Dão e Bairrada.			
ACOMODADA	LOCALISTAS	Conhecem práticas vitícolas; sugerem medidas para o desenvolvimento viticultura. Divergência de opinião sobre mosaico agrário.	Fechados, desinteressados e pouco críticos às fragilidades ambientais.	Defendem conjugação da tradição com a modernidade na promoção da Sub-Região Monção.	Defendem as estruturas agrárias tradicionais, mas admitem a necessidade da sua modernização: emparcelamento, intensificação, qualidade práticas culturais, vias de comunicação. Apoiam a multifuncionalidade rural, embora se excluam da mesma; consideram úteis as estruturas tradicionais da paisagem na promoção da Região.	PASSIVO	
	TRADICIONALISTAS	Defendem sistemas de produção e de condução tradicionais.	Interessados na preservação de aldeias, integração e desenvolvimento de estradas.	Grande divergência de opinião relativamente ao minifúndio na Sub-Região Monção.			
ALHEADA	MODERNOS	Desconhecem práticas vitícolas e estão pouco esclarecidos sobre desenvolvimento da viticultura.	Valorizam de médio o património monumental e vernacular; pouco esclarecidos sobre potencialidades e fragilidades paisagem.	Apoiam uso da paisagem e da moderna enologia na promoção da Região. Controversos com Alqueva.	Pouco esclarecidos sobre a dimensão vitivinícola, sobre as potencialidades e fragilidades da paisagem e suas repercussões no turismo; alguma falta de definição sobre marcas da paisagem e sua utilização na promoção.	DESAJUSTADO	INCONSEQUENTE
	ALHEADOS	Pouco esclarecidos práticas vitícolas e mosaico agrário.	Valor médio a atributos estéticos da Região.	Não reconhecem nos patamares uma imagem da Região.			
	ACTIVOS	Pouco esclarecidos práticas vitícolas e mosaico agrário.	Interessados no desenvolvimento de práticas desportivas.	Não reconhecem na floresta uma imagem promocional Douro.			
	AMADORES	Pouco esclarecidos práticas vitícolas e valor agronómico, ambiental e estético do mosaico agrário.	Pouco informados sobre potencialidades e fragilidades paisagem.	Reconhecem nos patamares uma imagem promocional do Douro.			

No plano da identidade vinhateira (notoriedade, funcionalidade dominante, número e qualidade dos elementos da paisagem reconhecidos pelos inquiridos), este estudo mostra que a Sub-região Cima Corgo (Região Demarcada do Douro - RDD) é a mais emblemática das cinco regiões demarcadas em avaliação (Quadro 2). Pela paisagem, são ícones da sua identidade vinhateira ou “*marcas fortes*”: os socalcos; os patamares; as bordaduras de oliveira e o Rio Douro. Foram identificadas como “*marcas fracas*”: a vinha estreme, as matas e os mortórios (antigos socalcos abandonados após a praga filoxérica), a consociação vinha/pomar (cerejeira e amendoeira) e as bordaduras de outras árvores. A notoriedade do Vinho do Porto e a longa história da Demarcação (1756), assim como o reconhecimento das potencialidades estéticas e poéticas da RDD, a par de uma desvalorização de fragilidades ambientais, os depósitos de ferro-velho são indicados como os principais problemas da região, se bem que a RDD sofra outras ameaças, como: o risco de instabilidade das vertentes, agravada pela construção de patamares largos; a erosão dos solos; a poluição dos rios; a falta de ordenamento das vias de comunicação; o abandono e desmantelamento dos campos, a degradação das povoações, outros.

Num segundo plano, com uma imagem a consolidar, figura a Sub-região Reguengos (DOC Alentejo), na qual a identidade vinhateira se mistura com uma identidade turística. Os inquiridos reconhecem a planície e os “*mares de vinha*” como “*marcas fortes*”. São “*marcas fracas*”: o montado; os mosaicos vinha/floresta e vinha/cereal e a albufeira da barragem do Alqueva, considerados por alguns respondentes, válidos na promoção da região. O património monumental e o vernacular são tidos como potencialidades da região, cujo enoturismo se admite funcionar bem, ainda que os *montes*, importantes estruturas de apoio a esta actividade, tenham somente sido avaliados de médio. Existe também o reconhecimento de um importante número de fragilidades ambientais (depósitos de ferro-velho, erosão dos solos, pedreiras, lixeiras e contaminações) e falhas de ordenamento (falta de integração de estradas e construções industriais), provando a atenção prestada por esses inquiridos a este tipo de problemas.

Num patamar abaixo figura a Sub-região Monção (DOC Vinhos Verdes), na qual os campos fechados (*bocage*) mantêm o papel de *ex-libris* da sua notoriedade e fonte de harmonia, segundo a opinião dos inquiridos que aí pertencem e/ou residem. Para quem visita a região, essa notoriedade advém sobretudo da antiguidade da demarcação (1908) e do valor turístico dos solares e das quintas. Existe, porém, uma significativa indefinição relativamente aos elementos do mosaico tradicional (bordaduras líticas, socalcos, vinha alta, adegas), assim como relativamente à ocupação vinha estreme, hoje em expansão na região. A descaracterização das paisagens tradicionais e a falta de afirmação de uma nova imagem para a região compromete seriamente a sua identidade, hoje ameaçada e em transição. No plano das fragilidades associam-se as pedreiras, os muros de betão e o abandono rural, ficando omissas muitas outras ameaças como os depósitos de ferro-velho, a erosão dos solos, as contaminações, a falta de ordenamento das povoações e da floresta, entre as mais importantes. Para o enoturismo, são reconhecidas potencialidades nas acessibilidades e na organização de banquetes em quintas e solares.

Da avaliação efectuada, e embora se admita ser importante recolher um maior número de opiniões⁴, a Sub-região Silgueiros, DOC Dão e a DOC Bairrada, são as menos bem avaliadas no que toca à notoriedade vinhateira. O facto da AFCM as ter agregado nos mesmos eixos e através do mesmo tipo de variáveis, mostra bem a sua origem comum (Beiras) em oposição às restantes regiões. Por seu lado, o mosaico característico destas regiões beirãs – vinha envolvida pela floresta – não é consensualmente reconhecido como imagem da região, logo, considerou-se uma “*marca fraca*”, ou é mesmo considerado uma “*marca promocional negativa*”, na opinião alguns respondentes com responsabilidades no sector vitivinícola (técnicos e produtores). Outros elementos destas paisagens, como o património monumental e vernacular, são igualmente pouco considerados pelos respondentes, que lhe reconhecem falta de preservação. A AFCM permitiu identificar as pedreiras como a principal fragilidade destas regiões.

⁴ No conjunto das regiões, a Sub-região Silgueiros ficou menos bem representada (42 inquiridos), se bem que os respondentes sejam, maioritariamente pessoas com importantes responsabilidades nos sectores vitivinícola e turístico.

Quadro 2 – A identidade das regiões vinhateiras de acordo com a percepção dos inquiridos

REGIÃO VINHATEIRA	POSICÃO PERANTE À REGIÃO	GRUPOS DE OPINIÃO	A PERCEPÇÃO DA PAISAGEM				PERCEPÇÃO GLOBAL	VALOR GLOBAL	IDENTIDADE VINHATEIRA
			ELEMENTOS DO MOSAICO VITIVINÍCOLA	POTENCIALIDADES E FRAGILIDADES DA PAISAGEM	A PAISAGEM NA PROMOÇÃO	A PAISAGEM NA NOTORIEDADE			
SUB-REGIÃO CIMA CORGO – DOC PORTO/DOURO (RDD)	“OLHARES POR DENTRO”	CONSTRUTIVOS	Elevado: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bordaduras de olival Elevado/Médio: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Matas; ➤ Patamares estreitos Médio/Reduzido: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vinha “ao alto” S/ consenso: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bordaduras de árvores ➤ Mortórios; ➤ Patamares largos; ➤ Socalcos estreitos 	Potencialidades estéticas: Elevado: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sublime; ➤ Grandiosidade; ➤ Unicidade; ➤ Familiaridade; ➤ Contrastes; ➤ Variedade; Reduzido: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estranha 	Promoção da Região: Elevado <ul style="list-style-type: none"> ➤ Socalcos ➤ Rio Douro Elevado/Médio: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Patamares 	Elevada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ RDD; ➤ Relevo Reduzido: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bordaduras de olival 	Notoriedade da RDD pelos “olhares de dentro”: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elevada Demarcação e relevo, há potencial nas bordaduras oliveira E pelos “olhares de fora”: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elevada pelos “Amadores” ➤ Média pelos “Críticos urbanos” e “Modernos” ➤ Reduzida pelos “Localistas” 	ELEVADO	CONSOLIDADA
		ACTIVOS	Elevado: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Patamares largos Reduzido: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vinha estreme ➤ Patamares estreitos 	-----	Promoção da Região: Reduzido: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Associação da vinha a manchas florestais 	Médio: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qualidade do vinho 	Marcas fortes da paisagem (valores vitivinícolas e promocionais): <ul style="list-style-type: none"> ➤ Socalcos; ➤ Rio Douro ➤ Bordaduras de olival; ➤ Patamares; 		
	“OLHARES DE FORA”	AMADORES	Elevado: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Consociação vinha e pomar (cerejeira) Elevado ou s/ opinião: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vinha “ao alto” ➤ Socalcos estreitos ➤ Patamares largos Médio ou S/ opinião: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bordadura de olival e/ou outras árvores ➤ Socalcos largos ➤ Patamares estreitos Reduzido/Médio ou S/ opinião: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mortórios ➤ Matas 	Fragilidades ambientais: Médio: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ferro-velho 	Promoção da Região: Elevado/Médio <ul style="list-style-type: none"> ➤ Patamares; ➤ Socalcos 	Elevada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ RDD S/ opinião: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistemas de bordadura 	Marcas fracas da paisagem ou s/ consenso: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vinha estreme ➤ Matas; ➤ Vinha “ao alto”; ➤ Mortórios; ➤ Consociação vinha/pomar; ➤ Bordadura árvores Elevadas potencialidades estéticas e poéticas <p>Fragilidade média para depósitos ferro-velho</p>		

SUB-REGIÃO MONÇÃO--- DOC VINHOS VERDES		SUB-REGIÃO SILGUEIROS - DOC. DÃO E DOC BAIRRADA		SUB-REGIÃO MONÇÃO--- DOC VINHOS VERDES	
“OLHARES DE FORA”		“OLHARES POR DENTRO”		“OLHARES POR DENTRO”	
PROGRESSISTAS	Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha estreme;➤ Média/grande exploração;➤ Redução vinha a favor floresta;➤ Reposição sistemas de bordadura Elevado/Médio: <ul style="list-style-type: none">➤ Bardos baixos;➤ Ajustamento das máquinas aos sistemas de condução	Potencialidades Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Pat. monumental;➤ Arqt. novas adegas;➤ Adegas tradicionais;➤ Vias comunicação;➤ Arranjo paisagístico➤ Harmonia Fragilidades ambientais Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Abandono rural Elevado/Médio: <ul style="list-style-type: none">➤ Eucalipto➤ Muros em betão	Promoção vinho Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Quintas;➤ Vinha e pasto;➤ Cubas de refrigeração Promoção Região Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Quintas e solares➤ Qualidade das práticas culturais; Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha estreme	Promoção Região Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ DOC. Vinhos Verdes	Notoriedade Pelos “olhares por dentro”: <ul style="list-style-type: none">➤ É da responsabilidade das Instituições;➤ Sistemas bordadura; Pelos “olhares de fora”: <ul style="list-style-type: none">➤ Elevado: demarcação e sua antiguidade, (“Progressistas”)➤ Médio: RDD (“Construtivos”)➤ Reduzido ou s/ opinião DOC Alentejo (“Modernos”) Marcas fortes da paisagem (valores vitivinícolas e promocionais): <ul style="list-style-type: none">➤ Solares e quintas Marcas fracas da paisagem ou s/ consenso <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha alta➤ Minifúndio;➤ Muros granito nas bordaduras campos;➤ Vinha estreme➤ Adegas Potencialidades turísticas, culturais e estéticas: <ul style="list-style-type: none">➤ Banquetes solares/quintas;➤ Acessibilidades➤ Harmonia Fragilidades: <ul style="list-style-type: none">➤ Pedreiras;➤ Falta de sinalização Rota➤ Abandono rural;➤ Muros betão
LOCALISTAS	Elevado valor: <ul style="list-style-type: none">➤ Cideração, outros;➤ Roseiras topo bardos;➤ Bardos altos;➤ Terraplanagens;➤ Patamares; Elevado ou s/ opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ Minifúndio➤ Muros granito	Potencialidades Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Banquetes nos solares e quintas Médio: <ul style="list-style-type: none">➤ Caça e pesca;➤ Mistério Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Provas adegas/preços➤ Preservação aldeias;➤ Sinalização rota	Promoção Região Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha estreme;➤ Solares/Quintas;➤ Minifúndio;➤ Qualidade das práticas culturais	S/ opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ DOC Porto/Douro;➤ DOC Alentejo Reduzida: <ul style="list-style-type: none">➤ DOC Porto/Douro	MÉDIO
TRADICIONALISTAS	Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Policultura Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha baixa S/ opinião ou grande divergência: <ul style="list-style-type: none">➤ Terraplanagens;➤ Minifúndio;➤ Muros granito	Potencialidades Elevado e/ou médio: <ul style="list-style-type: none">➤ Harmonia➤ Sublime➤ Preservação aldeias➤ Vias comunicação Fragilidades ambientais: Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Impacto pedreiras	S/ consenso na promoção da Região: <ul style="list-style-type: none">➤ Minifúndio	Elevada: <ul style="list-style-type: none">➤ Bordaduras (muros granito / ramadas) Falta de consenso: <ul style="list-style-type: none">➤ Minifúndio	
CÉPTICOS	Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Média/grande propriedade➤ Cooperativas➤ Sistemas de rega;➤ Intensificação da ocupação vitícola Grande divergência opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha envolvida por florestais	Fragilidades ambientais Médio: <ul style="list-style-type: none">➤ Pedreiras	Promoção da Região Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha envolvida por manchas florestais	Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Qualidade do vinho Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha “escondida” na floresta	POR DEFINIR
PRAGMÁTICOS	Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha envolvida por floresta Reduzido ou s/ opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha e pasto;➤ Vinha estreme;➤ Reposição de sistemas de bordadura➤ Bardos altos	Potencialidades turísticas Elevado: <ul style="list-style-type: none">➤ Banquetes nas Quintas Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Ambiência e atributos da estética formal, simbólica➤ Património monumental;➤ Áreas Nat. Protegidas S/ Opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ Preservação aldeias	Promoção da Região Grande divergência de opinião: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha envolvida por manchas florestais	Médio/Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Vinha associada à imagem da Região Reduzido: <ul style="list-style-type: none">➤ Relevo;➤ Enoturismo	

Conclusão

Através da avaliação dos inquiridos, este estudo prova que o grau de sensibilização às paisagens e desenvolvimento das regiões vinhateiras não depende tanto das raízes ou do sítio onde ocorrem as vivências, os “olhares por dentro”, sendo sobretudo determinado pelos conhecimentos e pela experiência de vida. Com efeito, as avaliações mais úteis e comprometidas com as paisagens e a sua preservação e qualificação são emitidas por técnicos e produtores do Douro e do Alentejo, ou por turistas e visitantes com elevados níveis de escolaridade, igualmente interessados em contribuir para melhorar a qualidade estética, ambiental e produtiva das paisagens que gostam de visitar. Há contudo vozes dissonantes. É o caso de produtores beirões, que têm atitudes menos positivas, ou mesmo cépticas, face às paisagens dessas regiões e às suas potencialidades no desenvolvimento do sector vitivinícola e/ou na promoção. Esta postura pode atrasar, ou mesmo constituir uma força de bloqueio à necessária qualificação e valorização daquelas paisagens. Neste estudo, não surgiram de forma explícita diferenças de percepção inerentes ao género, mas elas são determinantes no que respeita às classes etárias. Com efeito, dos Grupos de opinião com perfis menos ajustados têm destaque idosos minhotos, pouco escolarizados, alguns deles agricultores, que demonstram uma atitude fechada e individualista, adversa à participação. Contudo, estes respondentes estão cientes da necessidade de modernizar as estruturas rurais tradicionais, nomeadamente através do emparcelamento. Esta postura é perigosa para as paisagens, pois a falta de sentido colectivo e de participação exclui os respondentes de uma atitude mais responsável e de um comportamento mais benéfico ao ordenamento e gestão das paisagens, abrindo o caminho à descaracterização por parte de terceiros, quando não dos próprios, por falta de crítica, de cultura e de gosto. Igualmente com falta de conhecimento e sem uma opinião fundamentada figuram jovens, com menos experiência e vivências. Seria importante promover acções de sensibilização para estes dois grupos de respondentes, bem como revitalizar a imagem das paisagens vinhateiras beirãs e minhotas, nomeadamente aumentando a sua visibilidade através do *marketing* turístico e vínico.

No plano da identidade, a Sub-região Cima Corgo, pela DOC Porto/Douro (RDD) e a Sub-Região Reguengos, pela DOC Alentejo sobressaem face às restantes. A primeira prevalece pela singularidade das paisagens, resultante: da longa tradição enquanto região demarcada; da (re)criação continuada e esforçada da cultura da vinha; da qualidade e prestígio dos seus vinhos e no valor único das paisagens reconhecidas como Património Mundial (UNESCO, 2001). Porém, há muitos elementos que ainda têm falta de reconhecimento como valores da região. Existe também falta de esclarecimento quanto a fragilidades ambientais, o que necessita mais investigação. Neste estudo, a Sub-região Reguengos, é merecidamente valorizada no âmbito do enoturismo e identificada por possuir uma identidade mista (vinhateira e turística), se bem que cada uma dessas dimensões tenham sido associados elementos territoriais distintos, o que é indicativo da necessidade de ser incrementar a coordenação entre estes dois sectores. São menos emblemáticas a Sub-região Monção (DOC VinhosVerdes) e as Sub-regiões Silgueiros (DOC Dão) e DOC Bairrada, nas Beiras. Na primeira, e atendendo aos resultados da AFCM, existem sérias ameaças à sua descaracterização e desqualificação, por demissão e individualismo dos respondentes, projectados nos eixos factoriais seleccionados. Nas últimas, a ameaça advém do descrédito face ao valor e qualificação das paisagens e dos seus elementos mais significativos, a favor de interesses de âmbito enológico e gastronómico. Em ambas, seria importante realizar uma análise estatística descritiva aos resultados dos inquéritos (por ventura, alargar a amostra inicial), além de ser desejável fomentar a realização de acções de sensibilização ambiental e estética. É preciso procurar soluções que divulguem as regiões, que qualifiquem as paisagens e respeitem a tradição e o esforço dos antepassados que as foram modelando. Para o sucesso dessas iniciativas terá de existir uma maior consciencialização do valor da paisagem e uma participação mais efectiva e articulada dos diferentes actores e sectores de actividade, a bem das paisagens, da sua afirmação e do desenvolvimento das regiões.

Referências Bibliográficas

- Andersen, M.T., 1992. *Para a Crítica da Paisagem*, Dissertação de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Appleton, J., 1975. *The Experience of Landscape*, Ed. John Wiley e Sons, London and New York.
- Batista, M., 1999. O Turismo na Economia, uma abordagem técnica, económica, social e cultural, Instituto Nacional de Formação Turística, Lisboa.
- Besse, J-M, 2004 (coord.). Débat: La Géographie Postmoderne, *L' Espace Géographique*, nº 1, janvier-mars, (2004): 1-96.
- CE, 2000. *Convenção Europeia da Paisagem*, Actas do Conselho da Europa, Estrasburgo.
- Cosgrove, D.E., 1989. *Power and Place in the Venetian Territories*, in Agnew, J. A. and Duncan, J. S. (coord.), *The Power of Place: Bringing Together Geographical and Sociological Imaginations*, Unwin Hyman, Boston.
- Gulinck, H., 2004. *Neo-rural and multifunctional landscapes*, in Brant e Vejre (coord), *Multifunctional Landscapes*, vol. I, Wit Press, Boston.
- Jambu, M., 1989. *Exploration informatique et statistique des données*, Dunod informatic, Paris.
- Jonsson, A. & Gustavsson, R., 2002. Management styles and knowledge cultures, past, present and future, related to multiple-use and urban woodlands, *Urban Green*, 1(2002):39-47.
- Kaplan, S. & Kaplan, R., 1978. *Humanscape: Environments for People*, Buxbury Press, Belmont, California.
- Lavrador da Silva, A.L., 2002. *Avaliação das Paisagens da Bacia Hidrográfica da Ribeira de Colares, Estudo Geográfico e de Percepção Ambiental*, Dissertação de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Lavrador da Silva, A.L., 2008. Paisagens de Baco: Identidade, Mercado e Desenvolvimento, Estudo de Percepção e de Representação aplicado às Regiões Demarcadas: Vinhos Verdes, Douro, Dão, Bairrada e Alentejo, Universidade de Évora, Portugal.
- Oliveira, R. & Dneboská, M., 2004. *From landscape perception until public participation. How long is the way? Paper presented at international conference "From landscape knowledge to landscaping action"*, Bordeaux, France.
- Potschin, M & Haines-Young, 2005. Rio+10, sustainability science and Landscape Ecology, *Landscape and Urban Planning*, Elsevier, www.sciencedirect.com.
- Roca, Z., 2004. Affirmation of Regional identity between rhetoric and reality: evidence from Portugal, in *Cultural Uniqueness and Regional Economy*, Boneschansker, E., Djek, J., Jansma, L, Verhaar, K. (Ed.). Fryske Akademy, pp.153-174, Neetherland.
- Saraiva, M. G., 1999. *O Rio como Paisagem*, Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e Tecnologia, Lisboa.
- Saraiva, M. G.; Ramos, I & Lavrador Silva, A.L., 2003. *Percepção da Paisagem, Observadores e Construtores*, Colóquio Ibérico, 2003, Universidade Complutense, Alcalá de Henares, Espanha.
- Simões, O., 2003. Turismo em espaços rurais e naturais: um ponto de partida, Turismo em Espaços Rurais e Naturais, TERN (2003): 15-24.
- Soja, E. W., 1996. *Thirdspace*, Ed. Blackwell, Cambridge, MA, EUA.
- Zube, E.H.; Sell, J.L. & Taylor, J.G., 1982. Landscape perception: research, application and theory, *Landscape and Urban Planning*, 9 (1982): 1-32.
- Zube, E.H., 1984. Themes in Landscape Assessment Theory, *Landscape Journal*, 3, 2 (1984): 104-110.