

Para o desenvolvimento do território vitivinícola da Bairrada: das fragilidades às oportunidades

For the development of the wine territory of Bairrada: from weaknesses to opportunities

Áurea Andrade Viana de Andrade

Universidade Estadual do Paraná; CEGOT; Redeteg
aurea.viana@unespar.edu.br
<https://orcid.org/0000-0003-3550-5933>

Norberto Santos

Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
norgeo@ci.uc.pt
<https://orcid.org/0000-0003-1752-9990>

Artigo recebido a 24 de janeiro de 2021 e aprovado a 09 de dezembro de 2021

Resumo

A pesquisa tem por objetivo compreender a influência da internacionalização nas complexas relações sociais tecidas no território, bem como das estratégias praticadas para o desenvolvimento. Optou-se como locus de observação a Bairrada, que se constitui numa das Rotas dos Vinhos de Portugal. Para a pesquisa, o aporte teórico-metodológico foi centrado no desenvolvimento territorial, considerando a tipologia dos atores e agentes, endógenos e exógenos, os tipos de ações, as redes de circulação e de comunicações, a filosofia de intervenção das ações, a relação espaço/tempo nas territorialidades e nas relações para o desenvolvimento. Para melhor aprofundar a análise dos cenários e para propor estratégias de desenvolvimento mais dinâmicas, utilizou-se da metodologia *Swot/Tows*. Os resultados indicam que o território da Bairrada tem apresentado um desenvolvimento positivo, direcionando para um desenvolvimento desejável (normativo) e mais dinâmico.

Palavras-chave: território, desenvolvimento, Bairrada, estratégias, *Swot/Tows*.

Abstract

This research aim to understand the influence of internationalization of the complex social relationships established in the territory and the strategies practiced for development. Bairrada was chosen as the locus of observation, which is one of the Wine Routes of Portugal. For this research, the theoretical-methodological approach was centered on territorial development, considering the endogenous and exogenous typology of actors and agents, the types of actions, the circulation and communication networks, the philosophy of intervention of actions, the space/time relation in the territorialities and developmental relationships. To deepen this analysis and to propose more dynamic developmental strategies it was used the *Swot/Tows* methodology. The results indicate that the Bairrada territory has shown a positive development, leading to a desirable (normative) and more dynamic development.

Keywords: territory, development, Bairrada, strategies; *Swot/Tows*.

1. Introdução

Nas últimas décadas vive-se o apogeu da internacionalização dos lugares, constatação que tem influenciado fortemente as dinâmicas territoriais em diversas regiões do mundo (Santos, 1986). No entanto, trata-se de um conjunto de programas (i) materiais que modificam os territórios e seu 'equilíbrio preexistente' em diferentes aspectos e dimensões, na relação com o crescimento económico ou com o desenvolvi-

mento, em escalas nacional, regional e local (Andrade & Santos, 2021).

Para compreender os territórios neste cenário, é importante analisar o contexto nas Dimensões Territoriais Geográficas (DTG), a relação local e global, isto é, deve-se considerar a realidade contemporânea, as mudanças, as influências e os interesses económicos internacionais no local. Simultaneamente, o local acolhe e descarta esses vetores, tornando-se, assim, formador e detentor de sua individualidade. A internacionalização do lugar promove

discussões entre os atores sociais (endógenos) para pensar ações ou criar novas formas de estratégias para o desenvolvimento (Andrade & Santos, 2021).

Em vista disso, esta investigação tem como elemento central analisar a atuação dos atores sociais locais, públicos e privados na promoção de políticas territoriais que se estabelecem para o setor vitivinícola, no cenário de internacionalização. Optou-se pelo estudo na Bairrada, visto que esta se constitui como uma das 14 regiões portuguesas produtoras de vinhos. Ainda que sua emergência seja associada à vitivinicultura, fazendo parte da “Rota dos Vinhos da Bairrada, em que espumante é parte significativa da produção, a IGP é denominada Beira Atlântico e a DOP Bairrada” (Santos, 2021, p. 238), o enfoque de análise foi de território. Na pesquisa, considerou-se o vinho como um “*territorial intensive product*”, por conter forte alusão à identidade dos territórios vinícolas (Asero & Patti 2009 cit. em Salvado, 2017, p. 295), um produto cultural e social, para além da sua importância económica.

Avaliar as forças e as fraquezas, internas ao território, bem como as oportunidades e as ameaças, externas, que influenciam nas formas de ações e estratégias para o desenvolvimento no/do território vitivinícola, afirma-se como o principal propósito deste estudo.

A pesquisa é de natureza qualitativa, destacando as percepções e as expectativas dos diferentes atores sociais ligados ao setor vitivinícola. A investigação foi organizada em dois momentos. No primeiro, realizou-se uma breve revisão de literaturas nacional e internacional, artigos, relatórios, dissertações e teses, especialmente os estudos de Almeida (2008), Castro (2014), Correia (2005), Inácio & Cavaco (2010), Pereira (2007), Salvado (2017) que tratam sobre a Bairrada e de outras regiões vinícola de Portugal, bem como atos normativos e dados de órgãos públicos e privados do setor vitivinícola.

No segundo momento, iniciou-se a pesquisa empírica na Bairrada para identificar as principais estratégias para o setor vitivinícola apresentadas pelos atores sociais. Foram realizadas 14 entrevistas, entre gestores públicos e privados, técnicos e vitivinicultores. As entrevistas foram semiestruturadas com 17 questões pré-definidas e englobaram as dimensões territoriais (política, económica, cultural e ambiental). Antes da análise das entrevistas, foram realizadas as transcrições e as conferências de fidedignidade.

Para analisar as estratégias no território vitivinícola da Bairrada, fez-se uso da metodologia *Swot*, que é ancorada em quatro pontos centrais e dois ambientes: Forças (*Strengths*) e Fraquezas (*Weaknesses*), de âmbito interno, Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*), de âmbito externo. Esta metodologia forneceu suporte para melhor analisar o cenário. A análise *Swot*, na atualidade, é um dos instrumentos mais utilizados de análise de estratégia, frequentemente usado para fazer avaliações. Além disso, é afirmado como um poderoso instrumento de pesquisa (Al-Araki, 2013), especialmente quando valorizada uma abordagem *Tows* (Kişi, 2019; Pınar, Kurtural, & Eriş, 2019; Szeliga-Duchnowska & Goranczewski, 2017).

Ainda na pesquisa, serviu-se da metodologia *Tows*, que “é uma análise *Swot* reversa da *Swot*” (Szeliga-Duchnowska & Goranczewski, 2017, p. 108), uma complementação da análise, o que torna mais densa a análise territorial, especialmente para levantar os pontos negativos e positivos averiguados no transcurso da pesquisa. Para organização do método *Tows*, foram selecionadas 10 (dez) variáveis mais expressivas de cada ponto central. Com a complementaridade *Swot/Tows* foi possível estabelecer as estratégias, ofensivas, defensivas, superação e confronto.

2. Bairrada: Território certificado DOP e IGP

O território da Bairrada foi construído pelas territorialidades ao longo de vários séculos, porém foi oficialmente instituído como território vitivinícola no final da década de 1970, por meio de uma ação projetada no espaço pelos seus atores sociais, especialmente os vitivinicultores, com legitimação pelo Estado.

Apesar das características dos atributos naturais serem favoráveis à produção vitivinícola, até ao final dos anos 1970, Portugal investia pouco na produção, mesmo reconhecendo a sua importância económica, social e cultural. Nesse período, os demais países europeus produtores de vinho já possuíam políticas bem definidas, especialmente para melhorar a qualidade dos vinhos. Historicamente, Portugal foi pioneiro quanto à demarcação de regiões vitivinícolas e de suas regulamentações. De acordo com Sousa (2013), a região do Alto Douro foi instituída em 1756,

a primeira entre as demarcações pombalinas e estabeleceu-se no terreno os marcos entre 1757 e 1761. No entanto, até aos anos de 1930, Portugal era considerado um país periférico, “dentro do contexto europeu, muito dependente da agricultura cujas classes dominantes eram fortemente marcadas pela importância económica e política dos setores agrários, bem como do comércio colonial e internacional” (Pereira, 2007, p. 22).

No período do Estado Novo (1933-1974), o Estado era centralizador, corporativista, controlava as empresas com as normas de produção, controle dos preços, desde o produtor ao consumidor, à exportação. No caso específico do setor vitivinícola a intervenção foi concentrada nas exportações, visto que se tratava de uma fonte vital de divisas, e especialmente porque era um mercado de trabalho que agregava milhares de pessoas.

Nesse período, foi criada a Federação dos Vinicultores do Centro e Sul de Portugal. Essa Federação tinha poder de regulação de créditos, bem como o controle da produção, armazenamento e dos preços.

Essa organização, que deixou de existir em 1937, foi sucedida pela Junta Nacional do Vinho (JNV), organismo de coordenação económica e de atuação na política de produção e comércio vitivinícolas. A Junta atuou na melhoria das condições de fabrico e conservação de vinhos, na regularização dos preços do vinho e seus derivados, desde a produção até ao retalho, concessão de créditos à produção, concessão de certificados de origem referentes às marcas regionais da zona da sua influência, entre outros. Essa atuação impulsionou a criação de uma importante rede de adegas cooperativas, visto que a capacidade de cada adega excedia a média anual (Pereira, 2007).

Todavia, Portugal ainda estava atrasado frente ao desenvolvimento da produção vitivinícola europeia. Pereira (2007) assegura que a JNV permaneceu sempre como interventora no mercado, apesar dos critérios discricionários, e muito mais compradora que o contrário, razão pela qual teve de continuar a aumentar a sua capacidade de armazenagem, quase até à data em que foi extinta, em 1986, por inoperância e por constituir um pesado encargo para o setor

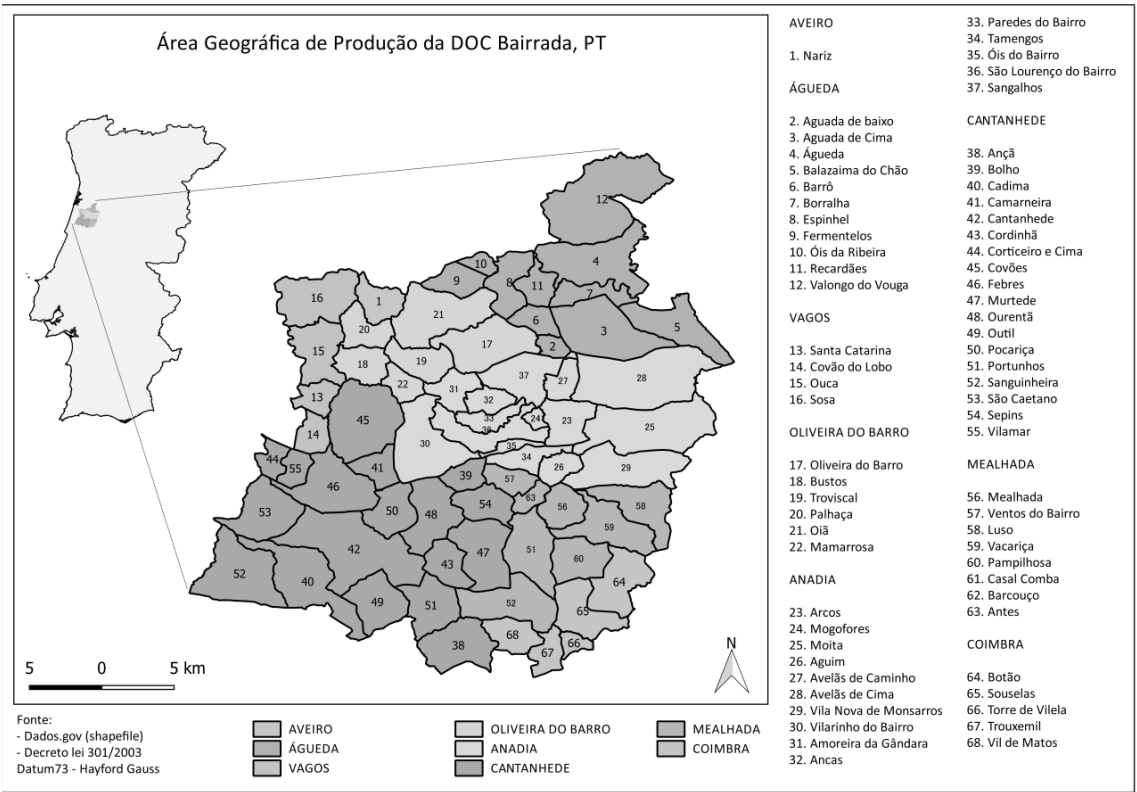


Figura 1
Território da Bairrada.
Fonte: Lei 301/2003 - Org. Andrade e Santos, 2020.

vitivinícola. A sua extinção, num ano especialmente importante para Portugal, já que passou a fazer oficialmente parte da Comunidade Económica Europeia (CEE), permitiu a constituição do atual Instituto da Vinha e do Vinho (IVV).

Em termos regionais, o governo em fins da década de 1970, cria atos normativos, a Portaria n.709-A/79 e a Resolução 334/79, que definem a orientação para a demarcação de novas regiões vitivinícolas, designando como denominação de origem a Bairrada. “A Região Demarcada da Bairrada abrangerá, no todo ou em parte, conforme os casos a definir no estatuto da região, os concelhos de Águeda, Anadia, Aveiro, Cantanhede, Coimbra, Mealhada, Oliveira do Bairro e Vagos” (Portugal, 1979, p. 2), conforme se pode observar na Figura 1.

Em 1986, após a entrada de Portugal na CEE, hoje União Europeia, as normas para o setor foram transpostas da legislação europeia e houve mais investimentos para a qualidade e promoção dos vinhos. Entre as décadas de 1980/1990, o sistema de controlo que vigorava no país foi substituído, por meio do Decreto-lei 70/91, que aprovou o Regulamento da Denominação de Origem Controlada da Bairrada - DOC. Nesse período, outras ações importantes, no âmbito do enoturismo, foram impulsionadas nos territórios vinícolas portugueses. Segundo Correia (2005), na década de 1980, alguns países europeus já reconheciam as vantagens do turismo associado ao vinho, incentivando o enoturismo. Em Portugal, este passou a ser reconhecido, como alternativa com impacto económico, somente com a criação das Rotas de vinhos em 1993, quando o país juntamente com outras regiões europeias participou de um Programa de Cooperação Internacional Interregional Dyonisios. Promovido pela União Europeia e ancorado no Despacho Normativo 669/94, incentivava ligadas aos territórios do vinho, dando início a uma “nova fase do Enoturismo em Portugal, porque se revelou o marco da sua institucionalização com a afectação de recursos financeiros para o seu desenvolvimento” (Inácio & Cavaco, 2010, p. 764).

Nesse contexto, em 1995, foi criada a Rota de Vinho da Bairrada, sendo que o lançamento oficial aconteceu em 24 de maio de 1999. A Rota começou por ser constituída por um grupo de atores locais, ligados ao turismo e à vitivinicultura, que tinham como objetivo central promover os produtos da Região Demarcada (Castro, 2014).

Desde a criação da “Denominação de Origem Bairrada”, em 1979, várias modificações ocorreram no território, para atender às novas exigências da União Europeia e pela influência da internacionalização nas formas de organização e nas regulações, bem como influência nas estratégias para o desenvolvimento territorial, assim como na produção vitivinícola local, que ao longo de todo o século XX tem vindo a estar cada vez mais presente a nível internacional. Neste âmbito importa sublinhar o Programa de Ação para o Enoturismo (PAE, 2019), fundamental para a valorização de uma cultura do vinho em Portugal, procurando identificar e operacionalizar projetos que permitam qualificar, valorizar e projetar o enoturismo nacional (PAE, 2019; Santos, 2021).

3. Análise Swot/Tows no território Bairradino

Conforme referido anteriormente, a pesquisa é qualitativa, com análise de entrevistas envolvendo atores sociais, gestores públicos e privados, o que torna necessário preservar suas identidades. As entrevistas foram fundamentais para mapear as práticas e as contradições no território, ou seja, a recolha de informações consiste em perceber as relações de produção, as ações e as estratégias que se estabelecem no interior do território, bem como as ameaças e oportunidades externas.

Como exposto, o roteiro de entrevistas foi dividido em quatro grandes dimensões territoriais geográficas. Ao término das entrevistas, essas foram transcritas e observados os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças que desponham no processo das territorialidades, nas formas de ações e nas estratégias para o desenvolvimento no/do território.

Na análise que segue, analisam-se, num primeiro momento, as variáveis *Swot*, que separadas por dimensões e expostas em diagramas, como elementos facilitadores da apresentação da interpretação, considerando os princípios da evidência, da análise e da síntese. É oportuno destacar que as variáveis apresentadas estão imersas num forte carácter subjetivo, devido à especificidade dos elementos culturais intrínsecos, expressa tanto em bens (i) materiais como simbólicos ou intangíveis. Noutras palavras, a pesquisa apresenta as percepções, os valores, as

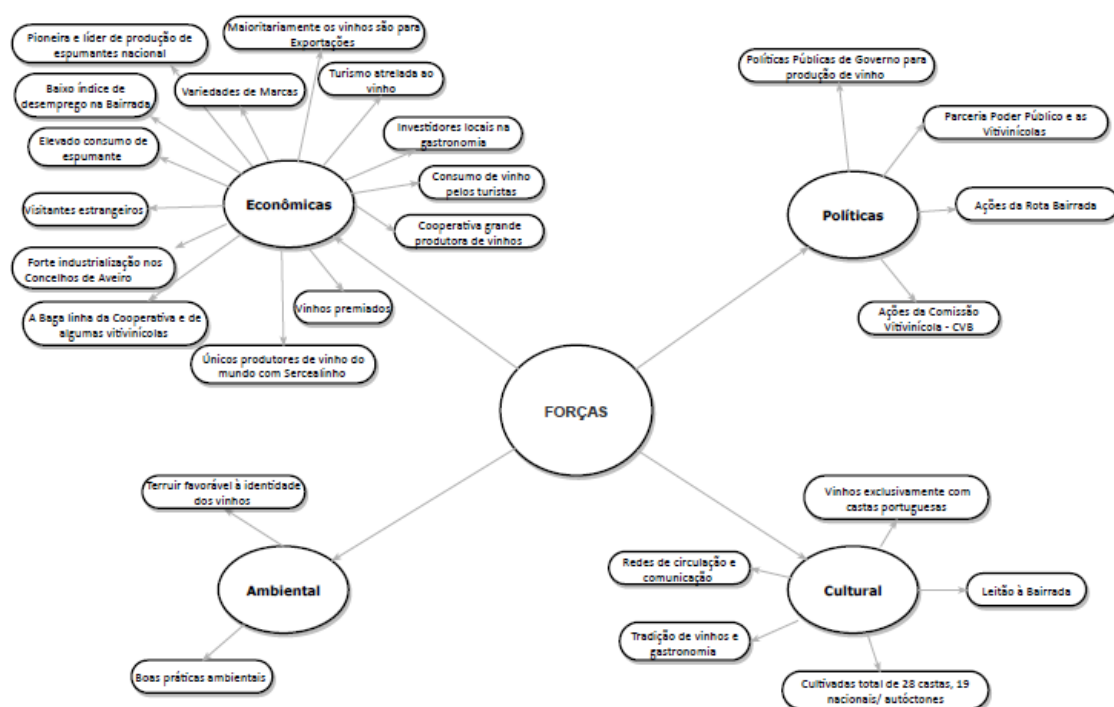


Figura 2

Forças Identificadas no Território da Bairrada.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020 - Org. Andrade e Santos.

experiências e as expectativas desses atores sociais, nas suas relações entre si e no território.

Na pesquisa efetuam-se incursões analíticas relacionadas aos quatro quadrantes *Swot*, onde se procura inicialmente ponderar sobre cada dimensão, desvelando tanto as variáveis específicas, como as relações entre quadrantes. Na sequência, aborda-se sobre o método *Tows* como forma de contribuir com algumas reflexões e propostas de estratégias, que potencialmente podem ser efetivadas na Bairrada.

3.1. As Forças (*Strengths*) do Território

A maior parte dos pontos *Fortes* da Bairrada, recolhidas através da entrevista e expressão das percepções e expectativas dos viticultores e gestores, está relacionada à dimensão económica, conforme se pode perceber pela leitura da Figura 2. Identificam-se as atuações atomizadas das associações, das vitivinícolas e as iniciativas do setor público e privado. A qualidade percebida dos vinhos explicita a credibilidade e o reconhecimento no mercado, especialmente o mercado externo. Igualmente, não se pode deixar de ponderar sobre os pontos fortes nas dimensões política, cultural e ambiental, uma

vez que há uma intrincada relação público/privado, nas ações e nas estratégias, tal como uma intensa tradição na produção de vinhos e na gastronomia, bem como os cuidados com o ambiente, através da utilização de boas práticas de manejo.

O desenvolvimento industrial e agroindustrial da Bairrada é um ponto importante, uma vez que a industrialização é uma das estratégias mais efetivas para a redução da pobreza, podendo, conjugado com a valorização dos serviços e o aumento do poder de compra reduzir o desemprego e ser responsável pela melhoria da qualidade de vida. A recolha de dados primários evidencia, precisamente, a importância desta conjugação de mais valias para a resiliência e a sustentabilidade territoriais.

Para o Entrevistado 1, representante de uma empresa vitivinícola de Anadia (informação verbal)¹ “a região da Bairrada é muito industrial, com grandes fábricas de cerâmicas, fábricas de bicicletas que vendem para o país inteiro. Não podemos viver só de gastronomia, embora seja um setor importante, porque temos muita restauração”. Na verdade, é este elemento enogastronómico que dá à Bairrada a

¹ Entrevista concedida por Entrevistado 1 [05.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (49 min.).

Quadro I

Volumes de vinho espumante produzido por Região Vitivinícola de Portugal 2005/2006 a 2019/2020

Produção Vinho Espumante (hl)	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Bairrada/ Beira do Atlântico	9.496	6.537	7.796	4.842	10.210	13.691	15.114	14.588	16.688
Táv. Varosa T. Ciste	300	400	5.436	4.143	400	339	77	112	5.044
Península Setúbal	305	0	125	100	440	1.952	1.700	5.337	4.799
Dão	2.360	3.506	3.325	3.246	1.784	1.517	2.043	3.652	1.936
Douro	810	100	984	1.688	2.339	1.955	3.225	2.606	2.483
Alentejo	295	325	655	809	583	1.150	1.017	1.103	1.311
Beira Interior	548	496	479	1.386	137	206	45	828	226
Tejo	613	474	1.109	1.164	170	202	142	520	143
Lisboa	234	255	747	163	217	395	514	593	445
Trás-os-Montes	0	0	0	434	0	18	316	200	320
Algarve	0	0	0	38	66	0	10	0	45
Minho	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Açores	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Madeira	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	14.961	12.093	20.656	18.013	16.346	21.425	24.203	29.539	33.440

Fonte: Instituto de Vinha e Vinho - IVV, 2020 - Org. Andrade e Santos.

Quadro I (cont.)

Volumes de vinho espumante produzido por Região Vitivinícola de Portugal 2005/2006 a 2019/2020

Produção Vinho Espumante (hl)	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
Bairrada/ Beira do Atlântico	21.177	22.156	21.825	28.857	20.450	20.653
Táv. Varosa T. Ciste	5.487	18.126	19.067	22.145	12.646	25.207
Península Setúbal	3.327	1.411	1.380	2.150	1.400	2.604
Dão	2.747	3.369	2.177	3.463	2.051	3.364
Douro	2.045	1.714	725	2.689	02	0
Alentejo	1.387	1.242	1.823	1.560	1.543	1.512
Beira Interior	388	401	2.317	2.567	913	2.140
Tejo	360	14.213	451	331	2.015	497
Lisboa	352	1.327	2.216	945	1.576	1.870
Trás-os-Montes	123	310	14	25	72	59
Algarve	0	58	0	50	0	168
Minho	0	0	0	0	0	0
Açores	0	28	56	29	60	79
Madeira	0	0	0	23	0	23
TOTAL	37.393	64.355	52.051	64.834	42.728	58.176

Fonte: Instituto de Vinha e Vinho - IVV, 2020 - Org. Andrade e Santos.

importância agroindustrial. Nesse sentido, a industrialização, a vitivinicultura, o turismo e a gastronomia, conjugam-se e complementam-se, valorizando o território em termos económicos e permitindo a existência de um baixo índice de desemprego em relação a outras regiões do país.

Por se localizar no Centro de Portugal, a Bairrada integra no seu território importantes vias de acesso, comunicação e circulação. O território é

cortado pelas principais rododiferroviárias que ligam todo o território nacional às fronteiras de Espanha, ficando, simultaneamente próximo ao litoral e dos principais portos e aeroportos do país. Importa, por isso referir que se trata de um território em que há boa acessibilidade, e boas vias de circulação e comunicação.



Figura 3
Vista parcial do *Terroir* Bairrada.
Foto: Autores, 2019

O Entrevistado 2, gestor público em Anadia (informação verbal)², assegura que a “Bairrada está extremamente bem servida de vias de comunicação, somos centrais no país. Temos ‘caminhos de ferro’, aeroportos; um a uma hora, outro a duas horas; não podemos ter melhor localização”. Nesta perspectiva, a região Centro de Portugal, em sua dinâmica em rede, apresenta uma estrutura de transferência de informação e de circulação (pessoas, mercadorias) quase imediata, densa e de grande qualidade. Essa estrutura de acesso aos mercados, regional, nacional e externo, é essencial para a atividade económica, especialmente a produção vinícola, o turismo (que enquanto atividade económica exportadora obriga o consumidor a deslocar-se ao local de oferta) e a gastronomia, atividade intimamente relacionada com o turismo e com grande relevância na região (as 4 maravilhas da gastronomia: pão, água - termal -, vinho e leitão)

A Bairrada é um território muito atrativo para turistas e visitantes. Para muitos deles, a motivação para a visita ao destino passa pelo contacto com a vitivinicultura e, especialmente, com a gastronomia, setor importante, uma vez que contribui para intensificar o turismo e está diretamente ligado à produção vitivinícola. Na qualidade de território vitivinícola, a Bairrada tem influência de dois níveis de atividade económica: a produção de vinho (DOP e Identificação Geográfica - IG, conforme referido acima) e o turismo. Esta relação Gastronomia, Vinho, Vinhas e Turismo é claramente ganhadora, permitindo conjugar a produção local com a tradição industrial, como referido anteriormente, e com a oferta turística, resultante em vantagem para todos os sectores ou, dito de outra forma, em situação *win-win*.

No que concerne ao destino turístico, isto é, à atividade turística, a Associação Rota Bairrada é a entidade responsável pelas estratégias de divulgação do enoturismo dos seus associados. Em termos de produção de vinícola e certificação, compete à

² Entrevista concedida por Entrevistado 2 [05.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (51 min.).

Comissão Vitivinícola da Bairrada - CVB essa tarefa que refletindo uma atividade normativa é fundamental para a valorização dos produtos locais nos diversos mercados, regionais, nacionais e internacionais. A associação é responsável pela atribuição da Denominação de Origem Bairrada e concede os selos de garantia para os vinhos. (CVB, 2019, on-line).

Outro elemento forte de destaque, enquanto *stakeholder* associado à vitivinicultura, é a Adega Cooperativa de Cantanhede, fundada em 1954. De acordo com o Entrevistado 6, representante de Adega Cooperativa de Cantanhede (informação verbal)³, a cooperativa conta com mais de 1400 associados, dos quais “555 são ativos e que representam cerca de mil hectares de vinha, o que para a região da Bairrada é uma área muito grande, porque a região demarcada é relativamente pequena comparativamente com outras”. A Adega Cooperativa de Cantanhede, detém um papel fulcral, no âmbito socioeconómico uma vez que é constituída de produtores minifundiários, que individualmente teriam muita dificuldade em se manter no mercado, em termos de produção e comercialização de vinho, mesmo estando localizados em um território em que os atributos naturais são propícios à agricultura.

Devido à sua localização geográfica, a Bairrada possui uma combinação bem característica e peculiar destes atributos naturais, como o clima, o solo e o relevo, conjugados com a orientação solar, a humidade e os declives. A Bairrada conta com uma extensão de aproximadamente 108.000 ha, delimitada, pelo rio Mondego, rio Vouga, Oceano Atlântico, serras do Buçaco e Caramulo. Quanto aos solos, são classificados em argilo-calcários, solos de aluvião e solos arenosos (Almeida, 2008). Estes atributos, associados às técnicas de manejo e aos tipos de castas, especialmente a Baga, claramente a casta rainha da Bairrada e predominante na região, são pontos positivos para o desenvolvimento e qualidade da produção vinícola do *Terroir* Bairrada.

A Baga, associada a outras castas, contribui para a tipicidade, identidade e originalidade dos vinhos DOC Bairrada e Beira do Atlântico. Deve-se ressaltar que a Baga é considerada uma das principais castas portuguesas, com grande variedade de tintos, rico em taninos, com potencial de envelhecimento, produz vinhos intensos, bem estruturados e distintos. Apesar de a Baga estar presente em várias regiões,

especialmente nas regiões do Dão, Beira e Ribatejo, foi na Bairrada que melhor se adaptou ao clima, ao solo e onde encontra os melhores terroirs e a maior produção de Portugal.

É notório que a Bairrada se tornou conhecida como território vitivinícola com a produção de vinhos espumantes. Foi em 1890 que teve início a produção de espumante em Portugal, na Escola Prática de Viticultura e Pomologia da Bairrada. Todavia os tintos também ficaram na história, especialmente devido à casta Baga enquanto que somente nas últimas décadas, os vinhos brancos passaram a ter papel de destaque, contribuindo em muito para a produção de espumantes.

De acordo com os dados contidos no Quadro I, pode-se averiguar que, desde 2005/2006, a Bairrada é a região com maior índice de produção de espumantes de Portugal, sendo que em pouco mais de 10 anos aumentou sua capacidade de produção em mais de 300%, mantendo o ranking de maior produtora até 2019.

Contudo, conforme os dados de produção de 2019/2020, registados pelo Instituto de Vinha e Vinho - IVV, Quadro I, a produção de espumantes na Bairrada foi superada pela produção da região das Terras de Cister e Távora-Varosa. Pode-se observar que a produção de espumantes na Bairrada teve uma alta produção em 2017/2018, porém nos anos de 2018/2019 e 2019/2020 manteve um equilíbrio, diferentemente da região de Távora Varosa e Terras de Cister, que apresentaram uma queda significativa na produção em 2018/2019 e uma superprodução em 2019/2020, superando a região da Bairrada.

3.2. As Fraquezas (*Weaknesses*) identificadas no Território da Bairrada

As *Fraquezas* constituem-se na condição interna do território, antagónica aos pontos fortes, devendo ser observadas invariavelmente pelos seus atores sociais, económicos e políticos, na perspectiva do desenvolvimento. Em outras palavras, as fraquezas correspondem aos pontos mais vulneráveis da Bairrada, em relação a outros territórios vitivinícolas, ou de regiões de denominação de origem controlada de Portugal. É preciso que essas variáveis negativas identificadas pelos atores sejam avaliadas, de modo a que possam ser minorados os seus impactos e, com as estratégias adequadas, a sua resolução contribuir para a promoção do território. O Diagrama

³ Entrevista concedida por Entrevistado 6 [06.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (74 min.).

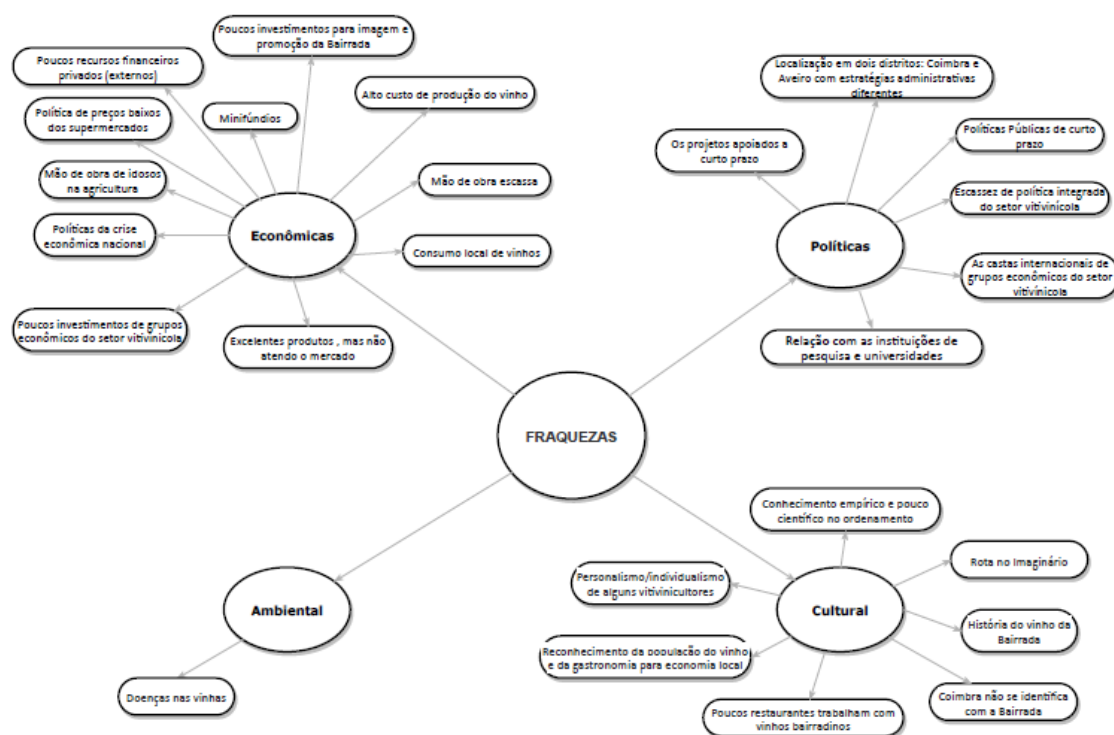


Figura 4

Fragilidades Identificadas na Bairrada.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020. Org. Andrade e Santos.

da Figura 4 apresenta vinte e cinco variáveis, correspondentes às fragilidades apontadas pelos atores sociais.

Observou-se que, dentre as fragilidades sinalizadas, uma se deve ao facto de a Bairrada pertencer a dois distritos administrativos, Coimbra e Aveiro, que apresentam demandas diferenciadas. Ao analisar as entrevistas dos gestores públicos, nota-se a existência de algumas dificuldades ou obstáculos, especialmente na execução de estratégias para a organização territorial.

No caso da Bairrada, dos oito municípios que compõem o território, cinco pertencem a Aveiro e três pertencem a Coimbra. O Distrito de Coimbra integra 19 municípios e possui as suas especificidades, organiza-se e cria estratégias diferentes em relação ao Distrito de Aveiro, que tem 11 municípios. Ambos os distritos têm uma oferta turística muito forte, com as políticas de desenvolvimento territorial que consideram todas as escalas de atuação, local, regional e nacional.

Ainda de acordo com as percepções e expectativas dos atores sociais da Bairrada, falta incentivo do governo nacional para uma política com visão

integrada para o setor vitivinícola. Do mesmo modo, os atores alegam que as linhas de financiamentos são limitadas, não incluem as castas internacionais e os projetos aprovados são aqueles que remetem para intervenções de curto prazo.

Outro ponto fraco destacado nas percepções está relacionado com as dificuldades de acesso ao conhecimento científico, no processo de ordenamento territorial da Bairrada. Para o Entrevistado 4, representante de associação do setor vitivinícola, (informação verbal)⁴, “há um comportamento empírico e não científico do que cultivar no terreno”, diferentemente do que acontece em outros países europeus, como França e Itália. O Entrevistado também assegura que há necessidade de “existirem instituições que sejam tradutoras daquilo que são as necessidades tidas pelos produtores de vinho e pelos produtores de uvas e daquilo que é a oferta de conhecimento que as instituições, como as universidades, estão disponíveis para produzir”.

Portugal vive um momento económico bastante distinto de décadas passadas (2000/2010), porém

⁴ Entrevista concedida por Entrevistado 4 [05.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (56 min.).

persistem os reflexos da crise financeira internacional de 2008, que provocou queda nas exportações e nos créditos bancários, acontecimento que pode ser uma das barreiras para os investimentos no setor pelos grupos económicos. Um dos reflexos dessa crise foi o encerramento de inúmeras empresas do setor vinícola na Bairrada.

Na atualidade, a maioria das vinícolas Bairradas é composta por pequenas empresas, consideradas empresas familiares e uma quantidade pequena de vinícolas é formada por empresas relativamente grandes, entre as quais, Caves Messias, Aliança, Campolargo, Adega Cantanhede, Luís Pato, Quinta do Encontro, entre outras. Mesmo a maior parte das vitivinícolas sendo familiares, na Bairrada há falta de mão de obra para trabalhar na produção vinícola, especialmente mão de obra especializada. Existe um desequilíbrio entre a demanda de mão de obra e a oferta de trabalho nas vinhas, uma vez que a maior parte é construída por pessoas idosas, por falta de mão de obra jovem. Os viticultores relataram grandes dificuldades de encontrar jovens dispostos a trabalhar nas vindimas, período entre a colheita das uvas e o início da produção do vinho.

Outro ponto fraco considerado pelos atores sociais está relacionado com a estrutura fundiária. O território, conforme citado anteriormente, é constituído em maior proporção de minifúndios, o que para alguns vinicultores pode ser a causa de atraso da mecanização, baixa produção e elevado custo para a produção de vinhos.

Do mesmo modo, destacam-se as percepções às estratégias da marca e da imagem, uma vez que essas se configuram na base da identidade. Apesar dos esforços e avanços, admite-se que a Bairrada precisa ser melhor “vendida”, ou seja, tornar a marca Bairrada mais conhecida externamente. Percebe-se que essa inquietação se deve à grande competição, especialmente com o avanço da tecnologia, da inovação e da crescente quantidade de informação e comunicação.

Nesta perspectiva, é importante destacar que as sociedades estão, de certo modo, altamente interconectadas, somando-se a isso o facto de os consumidores estarem mais exigentes. Assim, as estratégias de *marketing* das marcas tornam-se fundamentais para o mercado, cada vez mais competitivo. Isso faz emergir, segundo Ruão (2003), demandas relacionadas com a visibilidade e com a credibilidade,

tornando notórias as dimensões simbólicas em atividades económicas.

Ainda em relação à identidade, é preciso que todos conheçam a fundo a história dos vinhos bairradinos, feitos com “pés no barro”, e especialmente a população local precisa dar mais importância aos vinhos para a gastronomia como património cultural e para a economia local. Essa situação reflete-se no baixo consumo local de vinhos, com exceção dos vinhos espumantes.

Em relação ao ambiente, em razão da localização geográfica, existe ocorrência de humidade, o que tem provocado algumas doenças nas vinhas, tornando-se uma ameaça à produção.

3.3. Oportunidades (*Opportunities*) do Território

As oportunidades apresentam perspectivas operacionais contundentes para o desenvolvimento vitivinícola da Bairrada. Nota-se que as 49 variáveis contidas no Diagrama da Figura 5 apresentam tendências positivas.

Destaca-se a Bairrada como um território produtor de vinhos de qualidade para consumidores apreciadores, voltada para um nicho de mercado específico. Em outras palavras, a produção é destinada para uma parcela de consumidores com interesses e preferências bastante particulares e tem expandido o mercado consumidor para os vinhos de mesa, aguardentes, notadamente, para os espumantes.

Outro ponto destacado pelos atores sociais concerne à transformação da Bairrada em território de Denominação de Origem Controlada, em 1979. A Bairrada, região vitícola de antiga tradição, somente foi reconhecida em 1979, pela Portaria n.º 709-A/79, de 28 de Dezembro, sendo então demarcada a sua área (Diário da República n.º 33/1991, Série I-A de 1991-02-08). Segundo o Entrevistado 5, vitivinicultor de Anádia (informação verbal)⁵, “no início da região havia uma lista que refletia um pouco o que estava plantado, que era limitativo. No entanto, sempre se defendeu que deveria haver vários níveis de vinhos [...]” e com a introdução de castas internacionais possibilitou-se a diversificação de vinhos.

Assim, a Bairrada avançou na produção de vinhos, na diversificação, com a introdução de novas castas, especialmente as internacionais. No entanto,

⁵ Entrevista concedida por Entrevistado 5 [05.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (72 min.).

Quadro II

Castas utilizadas na elaboração dos vinhos e produtos vitivinícolas com direito à Dominação de Origem - DO Bairrada

Castas	Cor	Nac/Int.	Castas	Cor	Nac/Int.	Castas	Cor	Nac/Int.
Arinto/Pedernã	B	Nac.	Viognier	B	Int.	Petit -Verdot	T	Int.
Bical/Barrado-das-Moscas*	B	Nac.	Alfrocheiro/Tinta Bastardinha*	T	Nac.	Pinot -Noir	T	Int.
Cercial*	B	Nac.	Aragonez/Tinta-Roriz/ Tempranillo	T	Nac.	Rufete/Tinta-Pinheira	T	Nac.
Chardonnay	B	Int.	Baga*	T	Nac.	Syrah	T	Int.
Fernão-Pires/ou Maria Gomes*	B	Nac.	Bastardo	T	Nac.	Tinta-Barroca	T	Nac.
Pinot -Blanc	B	Int.	Cabernet - Sauvignon.	T	Int.	Tinto-Cão	T	Nac.
Rabo -de -Ovelha*	B	Nac.	Camarate*	T	Nac.	Touriga -Franca.	T	Nac.
Sauvignon	B	Int.	Castelão*	T	Nac.	Touriga -Nacional*	T	Nac.
Sercialinho	B	Nac.	Jaen/Mencia*	T	Nac.			
Verdelho	B	Nac.	Merlot	T	Int.			

*castas com direito à menção “Clássico”.

Fonte: Portaria n.º 212/2-14 - Diário da República n.º198/2014, Série I de 214-10-14 - Org. Andrade e Santos, 2021.

essas mudanças resultaram de iniciativas de cultivo de castas não permitidas, para realizarem novas experiências. Nos 40 anos de território demarcado, foram autorizadas diversas castas, nacionais ou autóctones e as internacionais como se pode ver no Quadro II.

Como citado, a Baga é a principal casta da Bairrada, juntamente com outras castas autóctones, como Touriga Nacional, Aragonez ou Tinta Roriz, Castelão, Maria Gomes (Fernão Pires), Arinto, Bical, dentre outras e algumas internacionais, propícia a uma grande variedade de vinhos. Ainda vale salientar que as castas internacionais introduzidas no território se adaptaram muito bem ao ambiente, como a *Cabernet Sauvignon*, *Syrah*, *Sauvignon*, *Chardonnay*, *Merlot*, *Pinot Noir*, *Petit Verdot*, *Pinot Blanc* e *Viognier*. Estas castas são autorizadas para fabricação dos vinhos DOC.

A história do vinho na região vem desde o século X. Todavia, nos últimos anos, cresceu em notoriedade, ocasionada por investimentos e parcerias, públicas e privadas, a exemplo da parceria entre Caves Cooperativa e o Centro de Inovação em Biotecnologia - Biocant, com o objetivo dar enfoque à pesquisa no processo de desenvolvimento no setor vitivinícola.

No que diz respeito à divulgação dos vinhos bairradinos, observa-se a participação e organização em eventos em escala, local, nacional e internacional. Outras formas encontradas para divulgar os produtos são as aberturas de canais envolvendo especialistas e líderes de opinião, bem como a criação do portfólio das principais caves e vitivinícolas,

participação em feiras de turismo e agências de viagens.

É oportuno chamar atenção para os esforços dos viticultores na incorporação de matérias orgânicas para aumentar a retenção de água no solo, assim como a utilização de métodos naturais no combate às pragas, entre as quais a técnica de “Confusão Sexual”, utilizada em alguns experimentos e em algumas quintas. Como exemplo, podem-se citar as experiências realizadas na Quinta do Valdoeiro, município de Mealhada, pertencente às Caves Messias. Essa técnica possui inúmeras vantagens, pois se apresenta como um meio de luta ao combate às pragas de ordem ecotoxicológica, reduzindo o uso de agroquímico, melhorando, conseqüentemente, a qualidade do vinho.

Pode-se inferir, portanto, que as oportunidades ambientais são significativas na Bairrada, visto que contribuem para os cuidados com o solo, especialmente com a redução de produtos químicos no manejo das vinhas. Esses exemplos apresentam-se como os aspectos mais positivos, pois em um contexto em que os consumidores se tornam mais exigentes, isso é relevante para um eficaz planejamento territorial.

3.4. Ameaças (*Threats*) do Território

Em contrapartida às oportunidades na análise territorial, devem ser consideradas as ameaças e os efeitos negativos que interferem no planejamento para o desenvolvimento. Essas ameaças são as forças externas que implicam no território, que normalmente são inevitáveis e, às vezes, incontroláveis.

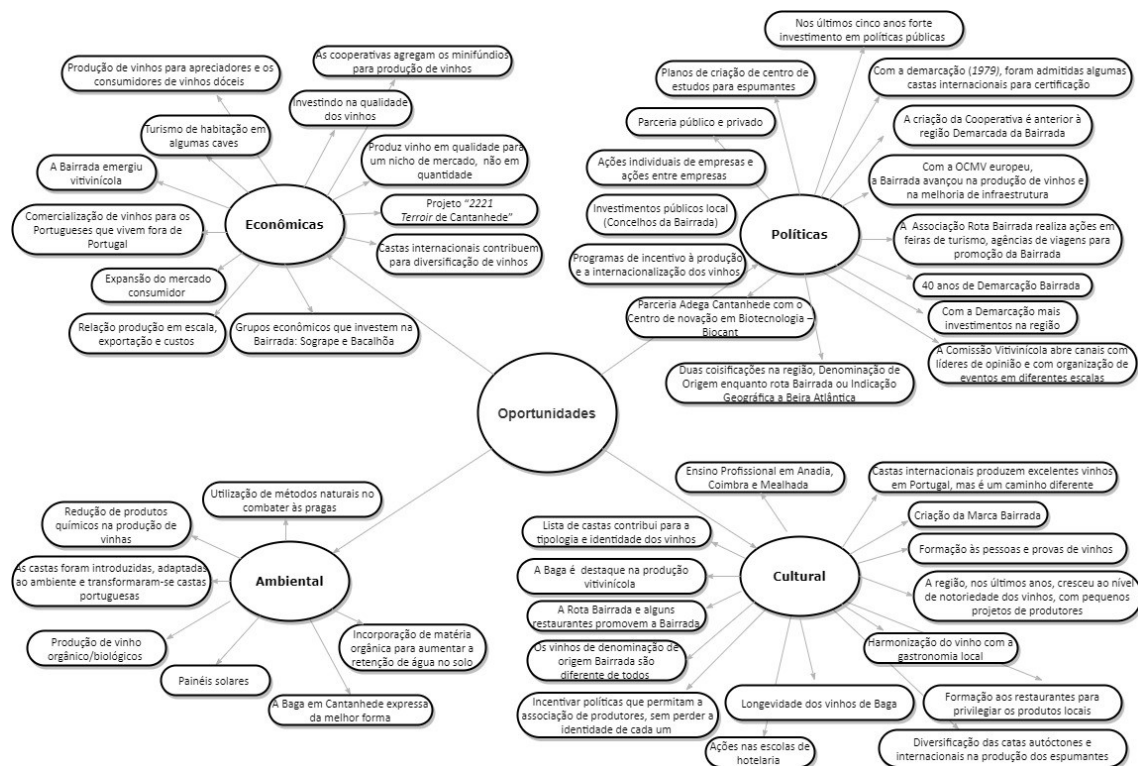


Figura 5

Oportunidades Identificadas na Bairrada.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020. Org. Andrade e Santos.

Entretanto, é necessário analisar o nível do seu impacto para pensar em ações que possam minimizar suas repercussões negativas no território.

Nesse sentido, um dos pontos destacados nas entrevistas está relacionado com a produção de eucaliptos, pois a região foi tomada por essa plantação, especialmente por interesses económicos rápidos e imediatos. Alguns vitivinicultores demonstram preocupação, visto que “as melhores áreas do território estão ocupadas com eucaliptos”. No Diagrama da Figura 6, estão expostas as principais ameaças destacadas pelos atores sociais da Bairrada.

Na atualidade, Portugal é um dos maiores produtores europeus de vinho e a Bairrada se destaca como grande produtora nacional de espumantes, como mencionado anteriormente. Contudo, o mercado nacional é exíguo se comparado a outros países, pela sua dimensão territorial e populacional. Desse modo, os vinicultores veem o reduzido mercado nacional de consumo como uma ameaça. Ainda que, em maior parte, a produção seja voltada às exportações, há uma competitividade acirrada com os países do Mercosul, especialmente Chile e Argentina e, para os vitivinicultores, esses países possuem vantagens

em relação aos países europeus pelo facto destes serem desonerados dos impostos de importação no Brasil.

Essa ameaça competitiva tem sido ainda maior nos últimos anos, por conta de novos países que se despontaram no mercado internacional do vinho, como EUA, Austrália e África do Sul e essa competitividade resulta em queda no preço médio dos vinhos comercializados no mercado internacional. Por outro lado, há uma maior variedade de produtos disponíveis ao consumidor (Almeida, Bragagnolo, & Chagas, 2015, p. 437).

Para alguns vitivinicultores, é necessário investir no consumo interno de vinho, já que o consumo tem uma relação mais inerente com a posição social dos sujeitos, ou seja, o vinho ainda é visto como uma bebida nobre pelos portugueses. Nesta questão os jovens são especialmente porque serão os consumidores do futuro próximo. Do mesmo modo, os vitivinicultores esperam mais investimentos nas exportações e nas linhas de financiamentos com vista à internacionalização.

Em escala nacional, existe uma preocupação dos gestores locais, públicos e privados, com as

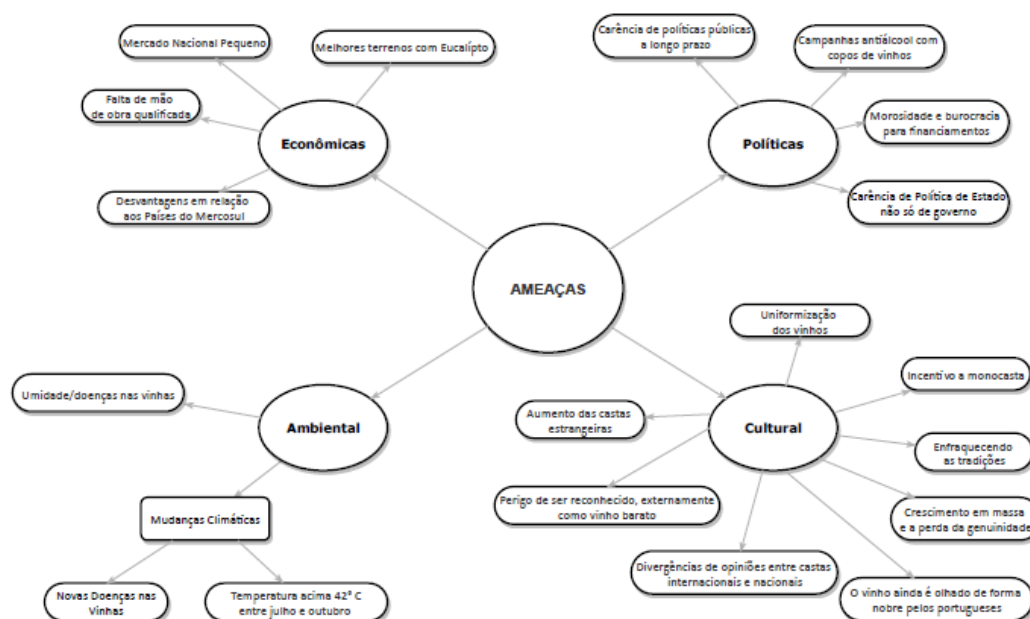


Figura 6

Ameaças Identificadas na da Bairrada.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020. Org. Andrade e Santos.

práticas das políticas de curto prazo, além de que existe uma burocracia e morosidade na liberação dos financiamentos destinados à produção vitivinícola. Em vista disso, deve-se ressaltar a necessidade da criação de políticas públicas de longo prazo, envolvendo todos os setores de produção, o que não ocorre atualmente, uma vez que as estratégias mudam a cada mudança de governo. Nesse sentido, os vitivinicultores veem como uma ameaça a forma como são estabelecidos os prazos das políticas governamentais para crescimento do setor vinícola.

Outro ponto abordado refere-se aos ataques ao consumo de bebidas alcoólicas, especialmente ao vinho, hoje interpretado de forma menos positiva por alguns defensores da dieta mediterrânea. As campanhas antialcoólicas normalmente utilizam o vinho como referências central, o que para os produtores vitivinícolas isso se torna uma ameaça, pois beber vinho moderadamente é um “estilo de vida” que consiste em patrimônio imaterial de Portugal e, para muitos especialistas, uma forma de valorização do equilíbrio da saúde humana, em termos de doenças cardiovasculares, arteriosclerose, hipertensão, por ação do resveratrol.

Cabe considerar que uma oportunidade pode-se tornar num risco, uma vez que pode vir a se tornar

uma ameaça, dadas as condições materiais e imateriais do território. Neste sentido, observa-se que existe uma divergência sob o olhar da diversificação de castas internacionais e a “uniformização”. Para o Entrevistado 3, vitivinicultor (informação verbal)⁶ a “crescente introdução de castas internacionais no território é uma ameaça à identidade dos vinhos portugueses”. Do mesmo modo, o Entrevistado 4 assegura que as castas “Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah fazem parte de quase todas as regiões e, portanto, alguma coisa aqui tem que ser feita na aquisição do conhecimento que permita que as castas portuguesas sejam mais e melhor valorizadas do que as castas estrangeiras”.

Em relação às tradições, existe uma ameaça no sentido da desvalorização das expressões culturais tradicionais na Bairrada. Em vista disso, é preciso manter ações constantes na comunidade para evitar o esquecimento e o enfraquecimento das tradições.

Outra preocupação dos vitivinicultores está relacionada com as mudanças climáticas, ou as condições climáticas, associadas à localização, próxima ao litoral, pois há doenças que são periódicas

⁶ Entrevista concedida por Entrevistado 3 [05.2019]. Entrevistador: Aurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (56 min.).

cas e decorrem da humidade, como exemplo o Oídio, doença que vem atingindo as vinhas.

Segundo o Entrevistado 12, agrônomo de uma vitivinícola em Mealhada (informação verbal)⁷, “aqui no campo temos de facto sentido drasticamente essa alteração, nos últimos quinze anos as coisas tem mudado muito [...] as videiras têm características especiais para se obter um vinho especial. E, portanto, nós estamos, cada vez mais, a notar essa diferença comportamental e fisiológica a nível da planta”.

As elevadas temperaturas são condicionantes para o desenvolvimento de pragas, como exemplo a cigarrinha verde, o que tem preocupado os viticultores e técnicos, pois nos últimos anos, de acordo com os dados meteorológicos fornecidos pela Direcção

Regional de Agricultura e Pescas do Centro - DRAPC, foram registradas temperaturas acima de 42°C, nos meses de julho e outubro, na Bairrada. Essas alterações podem intensificar ou gerar novas doenças nas vinhas, interferir na escassez de água no solo, provocar grande impacto e, consequentemente, alterações nas características do vinho.

4. Matrix Tows, análise e estratégias do Território

A matriz *Tows* é um modelo operacional importante para aprofundar na análise e planejar o futuro do território, pois contribui para aprimorar as estratégias que devem ser implantadas após

Quadro III

As dez variáveis de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças da matriz Swot.

Forças (Strengths) - S (internas)	Fraquezas (Weaknesses) - W (internas)	Oportunidades (Opportunities) - O (externas)	Ameaças (Threats) - T (externas)
Elevado desenvolvimento industrial, especialmente nos Concelhos do Distrito de Aveiro.	A Bairrada engloba duas regiões administrativas diferentes: Coimbra e Aveiro.	Produção de vinhos para apreciadores e consumidores de vinhos doces.	Mercado nacional pequeno.
Forte parceria, Público e as empresas Vitivinícolas.	Os projetos apoiados normalmente são de curto prazo	Comercialização de vinhos para os Portugueses que vivem fora do país.	Os países do Mercosul têm vantagens sobre os preços em relação aos países europeus.
Tradição de vinhos e gastronomia, especialmente o Leitão à Bairrada.	As castas internacionais não têm linhas de financiamentos	Expansão do mercado consumidor.	Copos de vinhos nas publicidades e campanhas anti-alcoólicas.
Baga é reconhecida como a principal casta.	Dificuldade de aproximação com os institutos de pesquisas e universidades	Fortes políticas públicas para o setor, nos últimos cinco anos.	Carência de política pública de longo prazo.
Vinhos conhecidos internacionalmente, com várias premiações.	Dificuldade em mobilizar recursos financeiros privados	Boa parceria da Cooperativa com o Centro de inovação em Biotecnologia.	Morosidade e burocracia para Financiamentos.
Grande diversificação de marcas.	Falta de mão de obra para trabalhar na produção de vinho, especialmente especializada.	Constantes ações nas escolas de hotelarias.	Há cada vez mais castas não portuguesas no território.
Pioneira e líder de produção nacional dos espumantes.	Individualismo dos produtores de vinhos.	Forte atuação da Comissão Vitivinícola com líderes de opinião e com organização de eventos nacionais e internacionais.	Perigo de serem reconhecidos, externamente, como vinhos baratos.
Elevado grau de exportações.	A Bairrada é uma região que ainda não está promovida.	Ações em feiras de Turismo, Agências de Viagens, nacional e internacional e com o Espaço Rota.	Perigo do crescimento em massa e descaracterizar e perder a genuinidade dos vinhos.
Redes de circulação e comunicação, rápidas e eficientes.	Poucos restaurantes do local e de outras regiões trabalham com vinhos bairradinos.	Avanço na produção de vinhos e na melhoria de infraestrutura após inclusão ao OCMV.	O vinho ainda é considerado um produto nobre pelos portugueses.
Terroir favorável à identidade e a produção dos vinhos.	Propriedades pequenas (minifúndio), partilhadas hereditariamente.	Com o DOC (1979), foram admitidas castas internacionais, ampliou-se a diversificação, certificação e a proteção dos vinhos.	Mudanças climáticas e o surgimento de novas doenças nas vinhas.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2020. Org. Andrade e Santos.

⁷ Entrevista concedida por Entrevistado 12 [05.2019]. Entrevistador: Áurea Andrade Viana de Andrade, 2019, arquivo mp3 (50 min.).

considerar as relações entre as forças e as fraquezas

internas, bem como as oportunidades e as ameaças externas ao território.

O *Tows* é uma variante em que se analisa o ambiente externo e que engloba diferentes escalas, regional, nacional e global. Portanto, é necessário acompanhar e analisar os fatores externos que influenciam diretamente ou indiretamente no território. Esses fatores geralmente apresentam-se com dualidade, às vezes como oportunidades ou como ameaças ao território. No entanto, não são controlados pelos atores sociais, endógenos.

As ameaças e oportunidades podem ser encontradas em áreas distintas, podem ser categorizadas em fatores económicos, sociais, políticos e demográficos, produtos e serviços, tecnologia, mercados e concorrência. “A análise desses fatores não deve ser apenas do presente, mas, mais importante ainda, do ambiente futuro” (Wehrich, 1982, p. 61). Em resumo, trata-se dos planos para o território, uma utopia que se deseja, porém uma realidade possível.

Para análise do *Tows* aplicado à Bairrada selecionaram-se dez variáveis de Forças (*strengths*), Fraquezas (*weaknesses*), Oportunidades (*opportunities*) e Ameaças (*threats*) da matriz *Swot*, apresentadas no Quadro III.

5. Estratégias SO (*Strengths - Opportunities*) e Sugestões de estratégias ofensivas

Em territórios que envolvem vários municípios/concelhos, há também oportunidades ou possibilidades internas que contribuem invariavelmente para a superação das limitações. No entanto, para pensar estratégias mais ofensivas buscou-se selecionar as variáveis mais representativas das oportunidades externas, associadas às variáveis das forças internas. Desse modo, é possível traçar um melhor panorama das oportunidades dadas ao território vitivinícola da Bairrada. Para planejar estratégias ofensivas, parte-se do pressuposto de que o território deve aproveitar os pontos que são considerados fortes e atrelá-los às oportunidades externas que lhe são dadas. Neste sentido, o território da Bairrada tem condições de implantar medidas de desenvolvimento mais ofensivas, como:

- i. Organizar na Bairrada uma feira internacional de espumantes para expor todas as marcas

produzidas no território, além de abrir espaço para outras marcas de outras regiões vitivinícolas de Portugal e de outros países. Essa possibilidade ou alternativa contribuirá para dinamizar e divulgar invariavelmente o *terroir* Bairrada, especialmente as castas autóctones mais adaptadas ao ambiente;

- ii. Investir fortemente nas plataformas digitais, como *Google*, *Facebook*, *Microsoft*, *Apple* e *Amazon*, visto que são considerados espaços “mediadores ativos”, uma vez que colocam em contato os diversos agentes e atores sociais para aquisição de serviços ou de bens, pois os serviços pela internet, especialmente pelas plataformas, tornam-se necessários pela natureza e pelo modelo de negócios. Do mesmo modo, será possível selecionar o perfil dos consumidores o *e-commerce* das vitivinícolas e realizar promoções, por meio dessas plataformas digitais, sobretudo neste momento em que as barreiras físicas foram superadas pelas virtuais. Esta medida provoca mais difusão dos produtos;
- iii. Desenvolver um *Application - App* do *terroir* da Bairrada ou criar um mapa Interativo. Dessa forma, as vitivinícolas com grande atuação nas plataformas digitais transmitirão mais credibilidade aos consumidores e turistas, o que também possibilitará o alcance a mais pessoas, uma vez que criará um canal de comunicação rápida e moderna. É ideal que o *Application* tenha alguns elementos visuais que valorizem o território vitivinícola;
- iv. Buscar parceria com a agência do governo responsável pela promoção e expansão dos produtos vinícolas portugueses para mercados internacionais, levar as redes de hipermercados, ou adegas de vários países, principalmente os maiores compradores, para tornar os produtos mais conhecidos;
- v. Implantar e reativar, em parceria com o governo e com as indústrias, comboios nos concelhos da Bairrada, com ligação às principais linhas, para facilitar a circulação das pessoas, dos trabalhadores, entre os concelhos, bem como melhorar o acesso e o desenvolvimento do enoturismo.

6. Estratégias WO (*Weaknesses - Opportunities*) Sugestões de estratégias de Superação

No planejamento futuro do território, os atores sociais devem aproveitar as oportunidades externas e criar estratégias que minimizem ou que superem as fraquezas internas. Desse modo, por meio da análise dessas variáveis foi possível sugerir algumas ações de superação para futuro desejável:

- i. Buscar uma relação mais orgânica entre os atores sociais e o governo nacional na criação de políticas públicas *bottom-up* para financiamento dos projetos vitivinícolas de longo prazo, integrando toda cadeia produtiva que seja de interesse dos vitivinicultores, incluindo linhas de financiamentos às castas internacionais;
- ii. Investir em conhecimento científico, tecnológico e inovação, isto é, os atores sociais (públicos e privados) precisam fortalecer a relação de cooperação com instituições de pesquisa, entre os vinicultores com os viticultores, bem como com os distribuidores. Esse processo pode gerar novos conhecimentos, tecnologias e inovação, gerando o desempenho inovador não apenas das vitivinícolas e das instituições de pesquisa, mas de como essas interagem entre si e com vários outros atores e demais instituições;
- iii. Elaborar, em conjunto, projetos de longo prazo e integrados, com escopos de metas bem definidas, envolvendo todos os atores sociais interessados, alinhados com a realidade do território e com o cenário do mercado de vinhos, bem como aprimorar o canal de comunicação (redes) entre os atores internos (produtores) e externos (consumidores);
- iv. Melhorar a comunicação interna com os dois Distritos Administrativos (Aveiro e Coimbra), pois ao se pensar em um processo de gestão colaborativa na dinâmica da Bairrada é importante reunir as forças dos dois Distritos;
- v. Potencializar a governança territorial, uma vez que esse processo prioriza a ótica inovadora, partilhada, colaborativa e de relações horizontais. Porém, neste processo também se incluem as lutas de poder, regulações, interesses do setor público e privado, das organizações da sociedade, dentre outros,

para pensar o futuro no sentido de um desenvolvimento desejável.

7. Estratégias ST (*Strengths - Threats*) e Sugestões Estratégia Confrontativa

Os atores sociais da Bairrada devem tirar proveito dos pontos fortes para evitar ou minimizar ameaças reais e potenciais. O Quadro 3 apresenta a junção das forças internas com as ameaças externas. Na análise dessa junção, aconselha-se a implantação de algumas estratégias de confronto para diminuir as ameaças:

- i. Promover a formação permanente, investindo na qualidade como forma de ampliar a valorização da identidade da Bairrada como território vitivinícola, bem como na identificação das interfaces entre o enoturismo e a gastronomia;
- ii. Investir fortemente em *marketing* para popularizar o consumo (moderado) de vinho em Portugal, especialmente entre os jovens;
- iii. No planejamento das ocupações, é necessário selecionar localizações adequadas para as castas, especialmente as autóctones, considerando o *terroir* para o estabelecimento do cultivo e monitoramento das doenças;
- iv. Criar uma cadeia de valor que integre os produtores de vinho, o enoturismo, a gastronomia, o alojamento e o património, de forma a criar uma imagem competitiva e inovadora da Bairrada.

8. Estratégias WT (*Weaknesses e Threats*) Sugestões de Estratégia Defensiva

Para minimizar as principais fraquezas e ameaças, é fundamental realizar ações defensivas para proteger o território, como as listadas a seguir:

- i. Criar política de apoio às caves e vitivinícolas menores, para que possam se inserir no mercado internacional, bem como apoiar as vitivinícolas consolidadas à ampliação das exportações, especialmente para os países com mercado crescente, como Brasil, China e Coreia;

- ii. Investir nos princípios de cooperação entre os vitivinicultores, bem como criar um modelo de cooperativismo ou associativismo que envolva o uso de equipamentos e máquinas agrícolas, recursos humanos (técnicos) e conhecimento técnico para reduzir gastos e aumentar os lucros, garantindo a identidade e a genuinidade dos vinhos;
- iii. Investir nas castas autóctones que melhor se adaptam ao *terroir* e que são resistentes às doenças provocadas pelas alterações climáticas.

9. Considerações finais

Esta breve revisão nos permite concluir que no setor vitivinícola, em especial na Bairrada, existe uma relação estreita do setor público com o setor privado, na promoção de políticas territoriais. No entanto, observou-se um investimento tardio na produção vitivinícola em comparação aos demais países europeus.

Resta-nos, portanto, chamar a atenção para a criação da Bairrada, em 1979, como território Denominação de Origem. A partir de sua criação, muitas modificações ocorreram, especialmente na qualidade da produção, nos tipos de castas e na identidade dos vinhos, para atender à nova Organização Comum do Mercado Vitivinícola Europeu, que regulava a classificação das castas e garantia que os vinhos não pudessem ser reproduzíveis em outro local. Isso também contribuiu para a Bairrada se tornar ainda mais conhecida nacionalmente e expandir, especialmente, sua produção dos espumantes, tornando-se líder nacional.

Em termos económicos, o território apresenta grandes avanços, especialmente em exportações, porém é necessário reverter alguns pontos frágeis relacionados ao incentivo do governo nacional para uma política com visão integrada para o setor vitivinícola e para as linhas de financiamentos a longo prazo.

Em virtude de a Bairrada integrar duas Comunidades Intermunicipais, isso dificulta as ações de governança local, pois cada distrito se organiza e cria estratégias diferentes. Apesar dos dois distritos terem importantes universidades, percebeu-se neste estudo a necessidade de melhorar a relação universidade e comunidade, para minimizar essas lacunas,

especialmente de atividades de extensão com os vitivinicultores, pois a maioria é construída por pequenos produtores familiares, com pouco acesso ao conhecimento científico.

Apesar das dificuldades, a Bairrada possui muitas oportunidades para crescimento e desenvolvimento em todas as dimensões, económicas, políticas, cultural e ambiental. No entanto, está sob ameaças de mercado, especialmente a competitividade acirrada entre os países do Mercosul e dos novos produtores, como EUA, Austrália e África do Sul.

Conclui-se, portanto, que a análise das estratégias do *Swot/Tows* foi importante para o planeamento de medidas para o desenvolvimento *normativo* e possibilitou constatar um melhor panorama do território vitivinícola da Bairrada e traçar um plano para um futuro desejado.

Bibliografia

- Al-Araki, M. (2013). SWOT analysis revisited through PEAK-framework. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 25(3), 615-625.
- Andrade, A. A. V., & Santos, N. (2021). *Análise do território vitivinícola da Bairrada. Portugal. Revista Campo-Território*, 15(38 Dez.).
- Almeida, J. P. V. L. (2008). *Caracterização Física da Região da Bairrada. Contribuição para a valorização dos recursos endógenos* (Dissertação de mestrado). Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Almeida, N. A., Bragagnolo, C., & Chagas, A. L. S. (2015). A demanda por vinho no Brasil: elasticidades no consumo das famílias e determinantes da importação. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 53(3), 433-454. <https://dx.doi.org/10.1590/1234-56781806-9479005303004>
- Castro, A. P. L. (2014). *Influência das redes na dinamização turística dos destinos: Rota da Bairrada* (Dissertação de mestrado). Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Comissão Vitivinícola da Bairrada (2019). *Apresentação*. Disponível em <http://www.cvbaIRRada.pt/pt/conteudos/conteudos/scripts/core.htm?p=conteudos&f=conteudos&lang=pt&idcont=159>
- Correia, M. M. (2005). *As rotas dos vinhos em Portugal - estudo de caso da Rota do Vinho da Bairrada* (Dissertação de mestrado). Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Decreto-Lei n.º 70/1991 - *Aprova o Regulamento da Denominação de Origem Controlada da Bairrada*. Disponível em <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/70/1991/02/08/p/dre/pt/html>

- Despacho Normativo n. 669/94. *Estabelece um apoio financeiro a conceder pelo Fundo de Turismo a vários investimentos associados à dinamização de rotas de vinho.* Disponível em <https://dre.pt/application/conteudo/604451>
- Inácio, A. I., & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13/14, 761-769.
- Instituto da Vinha e do Vinho (2015). *O Vinho Espumante em Portugal e no Mundo*. Disponível em <https://www.viniportugal.pt/wysiwyg/docsSite/o-vinho-espumante-em-portugal-e-no-mundo---2015.pdf>
- Instituto da Vinha e do Vinho (2021). Disponível em <https://www.ivv.gov.pt/np4/77/>
- Kiş, N. (2019). A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A*WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11, 964.
- PAE (2019). *Programa de Ação para o Enoturismo (2019-2021). Estratégia Turismo 2027*. Lisboa: Turismo de Portugal Disponível em <http://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia-turismo/programa-acao-enoturismo-et2027-mar-2019.pdf>
- Pereira, M. C. F. B. (2007). *Acção e Património da Junta Nacional do Vinho (1937-1986)* (Dissertação de mestrado). Universidade Aberta, Lisboa.
- Portaria n.º 709-A/79. *Reconhece como denominação vinícola de origem a designação «Bairrada», reservada aos vinhos típicos, brancos tintos, produzidos nessa região.* Disponível em <https://dre.pt/application/conteudo/510041>
- Pirnar, İ., Kurtural, S., & Eriş E. D. (2019). SWOT Analysis of Urla Destination's Alternative Tourism Development. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 235-244. <https://dx.doi.org/10.30625/ijctr.650380>
- Resolução n.º 334/79 - *Diário da República* n.º 282/1979, Série I de 1979-12-07. Ato da Série I. Presidência do Conselho de Ministros.
- Ruão, T. (2003). As marcas e o valor da imagem: a dimensão simbólica das actividades económicas. *Caleidoscópio*, 3, 177-191.
- Salvado, J. O. (2017). Boticas e o “Vinho dos Mortos”: reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo. *Rev. Bras. Pesq. Tur.*, 11(2), 294-319. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i2.1304>
- Santos, M. (1986). *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Editora Hucitec.
- Santos, N. (2021). A cultura do vinho em Portugal. Pelos caminhos da vitivinicultura. In A. Nunes, A. Amaro, A. Vieira, F. V. Castro, & F. Félix (Coords), *Geografia, Riscos e Proteção Civil. Homenagem ao Professor Doutor Luciano Lourenço* (pp. 629-641). Lousã: Riscos-Associação Portuguesa de Riscos, Prevenção e Segurança.
- Sousa, C. A. F. (2013). *Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, após a classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO* (Dissertação de mestrado). Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.
- Szeliga-Duchnowska, A., & Goranczewski, B. (2017). Use of tows analysis in tourism and recreation strategy planning by a commune governing the hosting area. *Economic Problems of Tourism*, 4(40), 103-114.
- Weihrich, H. (1982). The Tows matrix a tool Situations Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.