



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Escola de Ciências Sociais

DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA E EDUCAÇÃO

**Os Roteiros Pedagógicos na Indústria
Agroalimentar do Alentejo: um estudo
exploratório**

Mariana Rosa Rocha Casado

Sob orientação de:

Professora Doutora Lurdes Judite Dionísio Pratas Nico

Mestrado em Ciências da Educação

Área de especialização: Educação Comunitária

Dissertação

Évora, 2017



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

Escola de Ciências Sociais

DEPARTAMENTO DE PEDAGOGIA E EDUCAÇÃO

**Os Roteiros Pedagógicos na Indústria
Agroalimentar do Alentejo: um estudo
exploratório**

Mariana Rosa Rocha Casado

Orientação:

Professora Doutora Lurdes Judite Dionísio Pratas Nico

Mestrado em Ciências da Educação

Área de especialização: Educação Comunitária

Dissertação

Évora, 2017

*Na Vida só lamento não ter aprendido
mais cedo todas as lições que ela me
ensinou.*

(Anónimo)

Resumo

O presente estudo pretendeu conhecer e descrever os Roteiros Pedagógicos de três empresas do ramo agroalimentar na região Alentejo. As empresas foram escolhidas pela sua expressão e dimensão na região e pela diferenciação da área de produção.

Tendo em conta estes pressupostos no estudo, assume-se a seguinte questão de partida:

Como foram desenhados e concretizados os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo?

No estudo foi desenvolvida uma investigação de natureza descritiva e interpretativa, nomeadamente um estudo exploratório.

Na metodologia da investigação, de natureza qualitativa, recorreremos à aplicação de entrevistas semiestruturadas.

Na análise e interpretação dos resultados, concluiu-se que existem diferenças entre as três empresas estudadas, nomeadamente:

- i) na forma de implementação do roteiro pedagógico;
- ii) na importância do mesmo dentro da estrutura da empresa;
- iii) nos resultados inerentes à aprendizagem em contexto não formal.

Palavras-Chave:

Aprendizagem ao Longo da Vida; Educação Formal; Educação Não-formal; Roteiro Pedagógico; Agroindústria.

Abstract

The present study aims to understand and describe the pedagogic itineraries in three agribusiness sector companies in Alentejo region. The companies were chosen for their expression and dimension in the region, and the differentiation of the production area.

Given these assumptions in the study, it is assumed the following initial question:

How were designed and are implemented pedagogical scripts in the agrifood industry in Alentejo?

This study was developed a descriptive and interpretive nature research, including an exploratory work.

In the research methodology of qualitative nature, we resort to the application of semi-structured interviews.

In the analysis and interpretation of results, it was concluded that there are differences between the three companies studied, namely:

- i) the implementation of the pedagogic script;
- ii) the importance of it within the company's structure;
- iii) the results inherent learning in non-formal context.

Keywords:

Lifelong Learning; Non-formal Education; Formal Education; Pedagogical Roadmap; Agroindustry.

Agradecimentos

A conclusão de uma Dissertação de Mestrado não é uma tarefa fácil, na medida em que exige muita dedicação, horas de estudo, noites mal dormidas, paciência, muitos dias e meses de trabalho. Mas, no final, tudo vale a pena, porque, na caminhada até aqui, fomos encontrando pessoas extraordinárias. Foram essas pessoas que nos ajudaram e incentivaram a não desistir nos momentos mais difíceis.

À minha orientadora a Professora Doutora Lurdes Judite Dionísio Pratas Nico, um exemplo de mulher, pela dedicação, persistência e paciência na orientação deste trabalho, pela amizade e incentivo, muito obrigado.

Ao meu companheiro Hélder, pelo incentivo permanente e incessante para que eu pudesse alcançar este sonho, sem nunca me deixar desistir.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e deram energia e força nas minhas batalhas.

A todos os professores que fizeram parte deste percurso, pela aprendizagem e competências que me permitiram adquirir, ao longo deste processo.

Aos colegas do Curso, Vanessa Catronga, Paulo Lima e Marta Capucho. Ficou a amizade, o companheirismo e recordação dos grandes momentos passados juntos. Éramos poucos mas bons.

Aos meus amigos, pela compreensão e partilha que sempre me disponibilizaram.

Às empresas intervenientes neste estudo (DELTA, CARMIM e SOVENA/Oliveira da Serra), através das pessoas que me acompanharam e ajudaram neste projeto de investigação.

E, ainda, a todos os que participaram, direta ou indiretamente, neste estudo e no percurso do mesmo.

MUITO OBRIGADO, a todos, por fazerem parte da minha vida.

Índice Geral

Resumo	III
Abstract	IV
Agradecimentos.....	V
Índice de Figuras	3
Índice de Quadros	4
Índice de Anexos	5
Siglas e Abreviaturas.....	6
Introdução	7
PARTE I – LINHAS TEÓRICAS E CONCEPTUAIS	
Capítulo I – A Importância da Educação e Aprendizagem ao Longo da vida.....	11
1.1 – Contributos dos organismos internacionais na promoção da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida.....	13
1.1.1 – A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura “UNESCO”	13
1.1.2 – A Comissão Europeia e o Conselho Europeu.....	19
1.1.3 – A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).....	21
1.1.4 – O Centro Europeu para o Desenvolvimento da Formação Profissional (CEDEFOP)	22
1.1.5 – Outros eventos e efemérides no âmbito da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida	22
1.2 – Contributos dos organismos nacionais na promoção da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida.....	25
Capítulo II – Educação Formal e Não Formal. Conceitos e aplicações educativas.....	31
2.1 – Educação Formal e Não Formal.....	31
2.2 – Os contextos de Aprendizagem.....	32
2.3 – A Aprendizagem como um processo social	37
Capítulo III – O Roteiro Pedagógico como resposta educativa no contexto da Educação Não Formal	44
3.1 – O Roteiro Pedagógico no contexto da Educação Não Formal	44
3.2 – A programação de um Roteiro Pedagógico	47
3.3 – Os Roteiros Pedagógicos no ramo agroalimentar na Região Alentejo.....	52

3.3.1 – Caracterização social e económica da Região Alentejo.....	52
3.3.2 – Os Roteiros Pedagógicos da “DELTA Cafés”, “CARMIM” e “SOVENA/Oliveira da Serra”	55
3.3.2.1 – Empresa DELTA Cafés (Campo Maior)	55
3.3.2.2 – Empresa CARMIM – Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz	59
3.3.2.3 – Empresa SOVENA/Oliveira da Serra (Ferreira do Alentejo).....	64
PARTE II – ABORDAGEM METODOLÓGICA	
Capítulo IV – Estudo Empírico	71
4.1 – Justificação do objeto de estudo	71
4.1.1 – Natureza do Estudo	72
4.2 – Questão de partida e os objetivos da investigação	72
4.3 – Contexto e participantes no estudo	73
4.4 – Procedimentos metodológicos.....	76
4.5 – O instrumento de recolha de dados.....	76
4.6 – Técnicas de análise de dados	78
Capítulo V – Apresentação, análise e interpretação dos dados	80
Conclusões.....	109
Limitações do Estudo.....	116
Sugestões e Recomendações	116
Eventuais linhas de trabalho para o futuro	117
Referências Bibliográficas	118
Webgrafia	120
Legislação consultada	122
Anexos	123

Índice de Figuras

Figura 1 – Processos de Aprendizagem.....	37
Figura 2 – Domínios de Aprendizagem	39
Figura 3 – Zona de Desenvolvimento Proximal	41
Figura 4 – Gráfico da Densidade populacional da Região Alentejo	53
Figura 5 – Logotipo da DELTA Cafés.....	56
Figura 6 – Comendador Rui Nabeiro.....	56
Figura 7 – Organograma do Grupo DELTA.....	57
Figura 8 – História da DELTA em números 1	58
Figura 9 – História da DELTA em números 2.....	58
Figura 10 – Logotipo do Centro de Ciência do Café.....	59
Figura 11 – Logotipo da CARMIM.....	60
Figura 12 – Logotipo da SOVENA.....	64
Figura 13 – Logotipo da marca “Oliveira da Serra”	65
Figura 14 – Lagar do Marmelo	66
Figura 15 – Olival	67
Figura 16 – Mapa da Região Alentejo	75

Índice de Quadros

Quadro 1: Empresas agroindustriais nas fileiras de produção do vinho, café e azeite, na região Alentejo	74
Quadro 2: Procedimentos da Investigação (abordagem qualitativa)	79
Quadro 3: Categorias e Subcategorias	82
Quadro 4: Subcategoria A1: Contexto geográfico e social	83
Quadro 5: Subcategoria A2: Estrutura e Missão da Empresa	84
Quadro 6: Subcategoria A3: Equipa.....	87
Quadro 7: Subcategoria B1: Caracterização do Público-Alvo	90
Quadro 8: Subcategoria B2: Formas e estratégias de divulgação e promoção do Roteiro.....	93
Quadro 9: Subcategoria C1: Descrição do Modelo Didático.....	95
Quadro 10: Subcategoria C2: Atividades Pedagógicas e Educativas implementadas no Roteiro	98
Quadro 11: Subcategoria C3: Contributo(s) do Roteiro.....	100
Quadro 12: Subcategoria C4: Projetos e dinâmicas futuras	103
Quadro 13: Subcategoria D1: A Empresa e a sua integração na Comunidade	104
Quadro 14: Subcategoria D2: Parcerias estabelecidas	106
Quadro 15: Subcategoria E1: Meios de Avaliação da satisfação do visitante.....	107

Índice de Anexos

Anexo 1 – Texto “O desenvolvimento dos competentes”	124
Anexo 2 – Proposta de dissertação.....	126
Anexo 3 – Guião de Entrevista.....	134
Anexo 4 – Carta enviada às empresas participantes no estudo	141
Anexo 5 – Email enviado aos professores para validação do guião de entrevista..	143
Anexo 6 – Matriz de codificação das entrevistas.....	145
Anexo 7 – Grade de registo da análise de conteúdo.....	149
Anexo 8 – Processo de Vinificação	163
Anexo 9 – Alguns conceitos ligados à produção de vinho	167
Anexo 10 – Classificação de azeites.....	170
Anexo 11 – Guião da Galeria de azeite.....	172
Anexo 12 – Guião de visita ao Olival.....	176
Anexo 13 – Guião de visitas Escolares 1º e 2º Ciclos	180
Anexo 14 – Guião de visitas Escolares 3º Ciclo e Secundário	184
Anexo 15 – Avaliação das visitas	189
Anexo 16 – Listagem de empresas da Região Alentejo	192

Siglas e abreviaturas

ALV – Aprendizagem ao Longo da Vida

ANEFA – Agência Nacional de Educação e Formação de Adultos

CCDR – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

CE – Comissão Europeia

CEDEFOP – Centro Europeu para o Desenvolvimento da Formação Profissional

CONFINTEA – Conferência Internacional de Educação de Adultos

CQEP – Centro para a Qualificação e o Ensino Profissional

DOC – Denominação de Origem Controlada

FSE – Fundo Social Europeu

ICO – International Coffee Organization

IEFP – Instituto do Emprego e Formação Profissional

INE – Instituto Nacional de Estatística

INO – Iniciativa Novas Oportunidades

NUT – Nomenclatura das Unidades Territoriais

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

PADéCA – Programa de Auxílio ao Desenvolvimento da Capacidade de Aprender

PIB – Produto Interno Bruto

PRODEP – Programa Operacional de Desenvolvimento da Educação para Portugal

PRODER – Programa de Desenvolvimento Rural

RP – Roteiro Pedagógico

RVCC – Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências

UE – União Europeia

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

UR/UE – Unidades de Registo/Unidades de Enumeração

VAB – Valor Acrescentado Bruto

ZDP – Zona de Desenvolvimento Proximal

Introdução

O presente trabalho foi desenvolvido no âmbito do Mestrado em Ciências da Educação, na área de especialização Educação Comunitária. O tema do estudo incidiu nos *Roteiros Pedagógicos na Indústria Agroalimentar do Alentejo: um estudo exploratório*.

A educação é uma das ferramentas mais preciosas de que o ser humano dispõe. Ela acontece a qualquer altura e de forma contínua nas nossas vidas. As aprendizagens e os conhecimentos adquiridos no curso de Mestrado foram o ponto de partida para as abordagens teórica e exploratória deste trabalho.

Aprender é construir uma representação, criando uma ligação entre a informação recolhida e a informação obtida durante o nosso percurso de aprendizagens de vida. É justo afirmar que aprender é:

- i) um processo espontâneo;
- ii) um processo de ajustamento de um comportamento a uma situação;
- iii) um processo reflexivo que envolve um esforço para o autoconhecimento.

Se a aprendizagem tem a sua origem no desejo que cada um tem de satisfazer as suas necessidades e curiosidades, a finalidade da aprendizagem é, por consequência, a aquisição de novos meios que permitam satisfazer essas necessidades.

Segundo B. Nico (2007):

“...a aprendizagem não tem fronteiras físicas, sociais, culturais ou institucionais. Na realidade, os conhecimentos que acumulámos, as capacidades e competências que edificamos ou as atitudes que desenvolvemos são o resultado dos episódios de aprendizagem que, ao longo de toda a nossa vida e em todas as suas dimensões, vamos concretizando.” (p.197)

A experiência de cinco anos como relações públicas e guia no ramo da agroindústria, aliada à necessidade de conhecer os roteiros pedagógicos desenvolvidos por outras empresas do Alentejo, resultou numa forte motivação para o desenvolvimento do presente estudo.

Assim sendo, este trabalho pretende identificar e descrever os roteiros estruturados pedagogicamente, no ramo da indústria agroalimentar da Região Alentejo.

O intuito de conhecer e descrever os roteiros pedagógicos implementados na indústria agroalimentar do Alentejo levou-nos conduziu-nos à definição da questão de partida:

Como foram desenhados e são concretizados os roteiros pedagógicos na Indústria Agroalimentar no Alentejo?

Para esse efeito, procedeu-se à identificação e seleção das empresas participantes. Foi selecionada uma empresa nos distritos de Portalegre, Évora e Beja. As empresas pertencem a áreas de produção diferentes e com grande expressividade na região onde se inserem. Essa identificação resultou de um levantamento exaustivo das empresas do ramo agroalimentar. Na seleção das três empresas, foram considerados três critérios:

- i) expressão e dimensão da empresa na região;
- ii) diferenciação da área de produção (vinho, café e azeite);
- iii) localização das empresas (distritos de Évora, Beja e Portalegre).

Este trabalho encontra-se dividido em duas partes.

Na primeira parte, é apresentada uma abordagem teórica e conceptual, organizada em três capítulos. Nestes, pretendemos abordar a importância da educação ao longo da vida, os campos da educação formal e não formal, e a relação do conceito roteiro pedagógico como resposta educativa, no contexto da educação não formal.

Na segunda parte deste trabalho, apresenta-se a abordagem metodológica constituída por dois capítulos, nos quais são apresentados os seguintes aspetos: a justificação do tema, os objetivos, as instituições participantes no estudo, os procedimentos metodológicos e as técnicas utilizadas e, por último, os resultados da análise e interpretação dos dados.

Na parte final do trabalho são apresentadas as conclusões do estudo, referidas algumas limitações do estudo, sugestões, recomendações e futuras linhas de investigação.

PARTE I: Linhas Teóricas e Conceptuais

Capítulo I – A importância da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida

Neste primeiro capítulo, pretendemos abordar o conceito de Educação ao longo da vida. É sabido que nós estamos em constante aprendizagem durante toda a nossa vida. Desde os nossos primeiros passos, as nossas primeiras palavras, as nossas experiências, a aquisição de novos saberes e de novas competências. É certo que aprendemos na escola, na universidade e em várias instituições que promovem a formação e aprendizagem. Mas também é certo que, através da experimentação e da nossa vivência, adquirimos habilidades e, ao mesmo tempo, transformamos e adaptamos as nossas experiências, emoções e sentimentos, junto da família e dos amigos aprendendo através de vários meios, como a televisão, os livros, as revistas, navegando na internet. Somos seres aprendentes ao longo do curso da vida.

Nos últimos quarenta anos, assistimos a vários debates sobre educação, formação e políticas de aprendizagem ao longo da vida, a qual tem vindo a tomar uma dimensão cada vez mais estratégica e funcional. Um dos mais importantes documentos sobre a formação, “Memorando sobre a educação e a formação ao longo da vida”, ratificado em Março de 2000, em Lisboa, pela Comissão Europeia define o seguinte:

“... a aprendizagem ao longo da vida (lifelong learning) não é apenas mais um dos aspetos da educação e da aprendizagem; ela deve se tornar o princípio diretor que garante a todos o acesso às ofertas de educação e de formação, em uma grande variedade dos contextos de aprendizagem.”...“Processos de aprendizagem formais que ocorrem nas instituições de formação clássicas e que são, geralmente, validados por certificações socialmente reconhecidas; processos de aprendizagem não-formais que se desenvolvem habitualmente fora dos estabelecimentos de formação institucionalizados — nos locais de trabalho, em organismos e associações, no seio de atividades sociais, na busca por interesses esportivos ou artísticos; processos de aprendizagem informais, que não são empreendidos intencionalmente e que “acompanham” incidentalmente a vida cotidiana.” (Commission of the European Communities, 2000, p. 8).

Cada vez mais a educação é imperativo de evolução, de desenvolvimento, de socialização e de cultura. Educação é um fenómeno comum em todas as sociedades que engloba dois processos: o ensinar e o aprender, o que pressupõe uma disposição do indivíduo que ensina e do indivíduo que aprende. Enquanto processo de socialização, a educação é exercida em vários espaços sociais, quer seja dentro da nossa família, do bairro, da escola, dos amigos. Os espaços de aprendizagem diferem, mas o processo educativo continua.

Coménio¹ defendia que o cultivo dos sentidos e da imaginação precedia o desenvolvimento racional. Autor do séc. XVII, de entre várias obras, escreveu a “Didática Magna”. Didática significa para o autor a arte de ensinar. Sendo uma voz quase solitária no seu tempo, defendeu a escola como fundamental para a educação do homem, tendo como base nos seus ideais educativos o “Ensinar tudo a todos”, sendo, segundo o mesmo, os princípios que permitiriam ao Homem colocar-se no mundo não apenas como espetador, mas acima de tudo, como ator.

Aprender, hoje, na sociedade do conhecimento e na economia do conhecimento reporta-nos para Freire², segundo o qual, “ *Ninguém ensina nada a ninguém, mas as pessoas também não aprendem sozinhas.*” O autor escreveu, ainda, que “*Os homens se educam entre si mediados pelo mundo*”. A educação para a cidadania implica um princípio fundamental para Freire, o de que o aluno, alfabetizado ou não, chega à escola levando uma cultura que não é melhor nem pior do que a do professor, sendo necessário que exista uma relação democrática e afetiva entre aluno e professor, garantindo, assim, uma aprendizagem conjunta.

Segundo Fernandes (2011) “*a consciência estabelece o agir e o estar do ser humano no mundo, isto é, o tipo de consciência que o sujeito assume refletirá no tipo de cidadania que ele assumirá.*” (p.32).

De destacar, ainda, a questão da interação do modelo de educação escolar na qualificação dos indivíduos. Segundo Arruda³(2000):

¹ <http://janaina-pedagogia.blogspot.pt/2009/03/por-uma-educacao-de-qualidade-e-sem.html>

² <http://novaescola.org.br/conteudo/460/mentor-educacao-consciencia>

³ www.oei.es/etp/cualificacion_versus_competencia_calmon_arruda.pdf

“... a qualificação profissional emerge no cenário contemporâneo como um elemento importante na composição dos fatores que regem a competitividade dos países, das organizações e dos indivíduos.”... “A qualificação é um processo histórico, e como tal não pode ser analisado desvinculado dos fatores que concorrem para sua construção. É resultante de um processo de interatividade que não pode ser construído solitariamente, depende do acesso efetivo a informações e processos referentes à qualificação desejada”. (p. 25-27)

Cada vez mais, temos assistido ao crescimento do modelo de valorização de competências, que tem vindo a sobrepor-se ao modelo de qualificação. No entanto, estes dois modelos encontram-se interligados entre si.

Competência são todos os saberes acumulados durante o percurso de vida, são os saberes do dia-a-dia que um indivíduo vai “ganhando” ao longo da sua vida, no seu processo de aprendizagem, em contexto formal e não-formal.

1.1 – Contributos dos organismos internacionais na promoção da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida

Para compreender o surgimento destes conceitos e estratégias, há que recuar um pouco no tempo e integrá-las na própria história da educação e formação e no papel de instâncias internacionais como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE) e a União Europeia (UE).

1.1.1 – A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO)

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) foi criada a 16 de Novembro de 1945, em Londres, atualmente com sede em Paris. O principal objetivo foi contribuir para a paz, desenvolvimento humano e segurança mundial, fomentando o pluralismo, reconhecendo e

conservando a diversidade de todos os povos, promovendo a autonomia e a participação na sociedade das ideias e do conhecimento.⁴

A UNESCO, na Conferência Mundial sobre Educação para Todos, realizada em Jomtien, Tailândia, entre 5 a 9 de março de 1990, lembrou que:

“... a educação é um direito fundamental de todos, mulheres e homens, de todas as idades, no mundo inteiro; Entendendo que a educação pode contribuir para conquistar um mundo mais seguro, mais sadio, mais próspero e ambientalmente mais puro, que, ao mesmo tempo, favoreça o progresso social, económico e cultural, a tolerância e a cooperação internacional; Sabendo que a educação, embora não seja condição suficiente, é de importância fundamental para o progresso pessoal e social.”⁵ (p.2)

Na *Declaração Mundial sobre Educação para Todos: Satisfação das Necessidades Básicas de Aprendizagem*, no artigo nº 1, pode-se ler:

“Cada pessoa - criança, jovem ou adulto - deve estar em condições de aproveitar as oportunidades educativas voltadas para satisfazer suas necessidades básicas de aprendizagem. Essas necessidades compreendem tanto os instrumentos essenciais para a aprendizagem (como a leitura e a escrita, a expressão oral, o cálculo, a solução de problemas), quanto os conteúdos básicos da aprendizagem (como conhecimentos, habilidades, valores e atitudes), necessários para que os seres humanos possam sobreviver, desenvolver plenamente suas potencialidades, viver e trabalhar com dignidade, participar plenamente do desenvolvimento, melhorar a qualidade de vida, tomar decisões fundamentadas e continuar aprendendo.” (p.3)

O artigo nº3 daquela Declaração vem reforçar o compromisso da UNESCO na universalização do acesso à educação e promoção da equidade, ao referir:

“A educação básica deve ser proporcionada a todas as crianças, jovens e adultos. Para tanto, é necessário universalizá-la e melhorar sua qualidade, bem como tomar medidas efetivas para reduzir as desigualdades. 2. Para que a educação básica se torne equitativa, é mister oferecer a todas as crianças,

⁴ <https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/a-unesco/sobre-a-unesco/historia>

⁵ <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000862/086291por.pdf>

“jovens e adultos, a oportunidade de alcançar e manter um padrão mínimo de qualidade da aprendizagem.” (p.4)

A UNESCO assume, assim, um papel preponderante no panorama da ação educativa, sendo a entidade impulsionadora da educação para todos, tendo promovido vários eventos até agora, nomeadamente as seis conferências internacionais de educação de adultos, concretizadas entre 1949 e 2009 (CONFITEAS). Como consequência dessas conferências, foram traçadas as prioridades da educação e formação de adultos e jovens, através de declarações e recomendações subscritas pelos países participantes.

- i) A primeira conferência realizou-se na Dinamarca, em 1949, promovendo-se a realização de campanhas de alfabetização nos países com populações menos alfabetizadas.
- ii) A segunda conferência, realizada em Montreal, no Canadá, em 1960, foca o papel do estado na promoção da educação de adultos como parte do sistema educativo.
- iii) A terceira conferência realizada em Tóquio, no Japão, em 1972, institui a **Educação Permanente** como responsabilidade dos Estados. Entretanto, no mesmo ano, a UNESCO publicou o *Relatório Faure* (Relatório da Comissão Internacional para o Desenvolvimento da Educação), considerado um manifesto da Educação Permanente. Em 1976, realizou-se em Nairobi, no Quênia, a 19ª Conferência Geral da UNESCO. As recomendações de Nairobi que definem que:

“Cada Estado-membro deverá (...) reconhecer que a educação de adultos é um elemento constitutivo permanente da sua política de desenvolvimento social, cultural e económico [e que, por isso, cada Estado tem a obrigação de] promover a criação de estruturas, a elaboração e a execução de programas e a aplicação de métodos educativos que respondam às necessidades e aspirações de todas as categorias de adultos, sem restrições de sexo, raça, origem geográfica, idade, condição social, opinião, crenças ou nível de educação prévia (...)” (UNESCO, 1976, p. 4).

- iv) A quarta conferência realizou-se em Paris, em 1985, marcada pela crise económica e no contexto das Recomendações de Nairobi.

- v) A quinta conferência, que se realizou na Alemanha, em Hamburgo, em 1997, teve como resultado a emergência do conceito **Aprendizagem ao Longo da Vida** (ALV), valorizando-se as aprendizagens realizadas fora do âmbito escolar e o conceito de educação de adultos como um conjunto de processos de aprendizagens formais, não formais e informais. Em 1998, é publicada a declaração de Hamburgo denominada “Agenda para o Futuro”.
- vi) A sexta, e última conferência, realizou-se em Belém do Pará, no Brasil, em 2009, dando sequência às anteriores conferências. A educação de adultos e jovens é novamente, valorizada, no âmbito do princípio de Aprendizagem ao Longo da Vida.

Assim, de forma resumida, e segundo a UNESCO⁶, podemos afirmar que a educação é exercida para além do ambiente formal das escolas, nomeadamente a educação não formal e a educação informal.

As Conferências Internacionais de Educação de Adultos – CONFINTEA⁷ tiveram um papel importante na definição de conceitos como educação formal e não formal. **Educação Não Formal** significa um processo de ensino e aprendizagem ocorrido a partir de uma intencionalidade educativa mas sem a obtenção de graus ou títulos, sendo comum em organizações sociais com vista a participação democrática. A **Educação Informal** é aquela que ocorre nos processos cotidianos sociais, como a família, o trabalho, os círculos sociais e afetivos. A **Educação Formal** é a que ocorre dentro do sistema regular de ensino, com normas de organização e de certificação bem definidas em instituições de ensino formal como escolas e universidades.

Em Portugal, a importância da aprendizagem em diferentes contextos também foi reconhecida e valorizada através da implementação de algumas políticas empreendedoras, como a Iniciativa Novas Oportunidades, no período 2005-2010, que abordaremos no ponto 1.2 deste trabalho.

⁶ <http://en.unesco.org/>

⁷ <http://www.unesco.org/pt/confinteavi/>

Canário (2006), citando o relatório da UNESCO (*Recomendação sobre a Educação de Adultos* aprovada em Nairobi - 1976) refere que:

“o conjunto de processos organizados de educação qualquer que seja o conteúdo, o nível e o método, quer sejam formais ou não formais, quer prolonguem ou substituam a educação inicial dispensada nos estabelecimentos escolares e universitários e sob a forma de aprendizagem profissional, graças aos quais pessoas consideradas como adultas pela sociedade de que fazem parte desenvolvem as suas aptidões, enriquecem os seus conhecimentos, melhoram as suas qualificações técnicas ou profissionais ou lhes dão uma nova orientação, e fazem evoluir as suas atitudes ou o seu comportamento na dupla perspectiva de um desenvolvimento integral do homem e de uma participação no desenvolvimento socioeconómico e cultural equilibrado e independente.” (p.36)

Na Recomendação sobre o Desenvolvimento da Educação de Adultos, aprovada pela UNESCO na reunião de Nairobi em 1976, é feita uma abordagem sobre a relação desejável entre a educação de adultos e educação de jovens. Ao referir o seguinte⁸:

“Considerando que o desenvolvimento da educação de adultos, numa perspectiva de educação permanente, é necessário para garantir uma distribuição mais racional e mais organizada dos recursos educativos entre os jovens e os adultos e entre os diferentes grupos sociais, bem como uma melhor compreensão e uma colaboração mais eficaz entre as gerações e uma maior igualdade política, social e económica entre os grupos sociais e os sexos.” (p.161)

O Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre a Educação para o século XXI conhecido como “Educação: um tesouro a descobrir”⁹, veio dar relevo ao conceito de aprendizagem ao longo da vida, ao definir os quatro pilares da educação.

De acordo com o referido Relatório da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI, coordenado por Jaques Delors (1996) são quatro os **pilares da educação**: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver com os outros, aprender a ser, pretendendo-se que as aprendizagens sejam

⁸ <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230540POR.pdf>

⁹ <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ue000009.pdf>

direcionadas para a aquisição de ferramentas que promovam a compreensão, o raciocínio e a execução.

Assim, **Aprender a Conhecer** diz respeito à aquisição de conhecimento, é a compreensão, a dedução, a memória, que é despertada pelo desejo e a vontade de aprender e de querer saber mais. Aqui, a educação deve ser encarada como um fim por si, despertando a vontade do conhecimento e a capacidade de aprender e desenvolvendo mecanismos que permitam construir o pensamento crítico. Segundo Delors (1996):

“A tendência para prolongar a escolaridade e o tempo livre deveria levar os adultos a apreciar, cada vez mais, as alegrias do conhecimento e da pesquisa individual. O aumento dos saberes, que permitem compreender melhor o ambiente sob os seus diversos aspetos, favorece o despertar da curiosidade intelectual, estimula o sentido crítico e permite compreender o real, mediante a aquisição de autonomia a capacidade de discernir.” (p. 74)

Além do Aprender a Conhecer, surge a necessidade do **Aprender a Fazer**. Depois da teoria vem a prática, ou seja, a formação técnico-profissional, que consiste em aplicar a teoria na prática. Todo o conhecimento teórico deve ter uma aplicação prática, devendo ser desenvolvido e testado.

No pilar do **Aprender a Viver com os outros**, pretende-se que as atitudes e os valores de cada um sejam “trabalhados”, aprender a estar, partilhar e trabalhar com os outros é, e será sempre, fundamental para o desenvolvimento, quer pessoal, que da própria humanidade.

Ainda segundo Delors (1996):

“Uma vez que a descoberta do outro passa, necessariamente, pela descoberta de si mesmo, e pelo fato de que deve dar à criança e ao adolescente uma visão ajustada do mundo, a educação, seja ela fornecida pela família, pela comunidade ou pela escola, deve, antes de mais nada, ajudá-los a descobrir-se a si mesmos.” (p. 80)

Por fim, o último dos pilares da educação, **Aprender a Ser**, por consequência, é dependente dos outros três pilares, pois segundo Delors (1996):

“Pretende-se formar indivíduos autónomos, intelectualmente ativos e independentes, capazes de estabelecer relações interpessoais, de comunicarem

e evoluírem permanentemente, de intervirem de forma consciente e proactiva na sociedade.” ...” Mais do que nunca a educação parece ter como papel essencial, conferir a todos os seres humanos a liberdade de pensamento, o discernimento, os sentimentos e a imaginação de que necessitam para desenvolver os seus talentos e permanecerem, tanto quanto possível, donos de seus próprios destinos.” (p. 81)

1.1.2 – A Comissão Europeia e o Conselho Europeu

Em 1995, é publicado o Livro Branco sobre a Educação e a Formação “*Ensinar e Aprender: Rumo à Sociedade Cognitiva*” da Comissão Europeia. Este documento propõe duas ideias no campo da educação e da formação¹⁰:

- *a revalorização da cultura geral como um instrumento de compreensão do mundo para além dos quadros do ensino e ponto de passagem obrigatório para aquisição de novas competências técnicas;*
- *o desenvolvimento da aptidão para o emprego estimulando a mobilidade dos jovens e dos assalariados; desenvolvendo a aprendizagem e todos os tipos de formação em alternância, fazendo validar as competências adquiridas ao longo da vida, quer tenham sido adquiridas mediante um currículo clássico ou não, oferecendo enfim uma segunda oportunidade aos jovens ameaçados de exclusão.*

O Livro Branco sobre a Educação e a Formação propõe orientações para a ação ligadas a cinco objetivos gerais:

- * *fomentar a aquisição de novos conhecimentos, instituindo um dispositivo europeu de acreditação das competências técnicas e profissionais que poderia assumir a forma de cartões pessoais de competências que permitiriam uma avaliação instantânea das qualificações de cada um ao longo da vida;*
- * *aproximar a escola e a empresa pelo desenvolvimento da aprendizagem sob todas as suas formas: abertura da educação ao mundo do trabalho, participação da empresa no esforço de formação;*
- * *lutar contra a exclusão oferecendo aos jovens ameaçados de exclusão uma segunda oportunidade através da escola;*
- * *dominar três línguas comunitárias;*
- * *tratar em pé de igualdade o investimento físico e o investimento em formação, facultando, por exemplo, às empresas que concedem uma atenção especial à formação.*

¹⁰ <https://infoeuropa.euroid.pt/registo/000037230>

No seguimento de todas estas diretrizes, em Março do ano 2000, em Lisboa, o Conselho Europeu reconheceu que a União Europeia estava a enfrentar uma mudança resultante da globalização. A importância da educação e da formação tem vindo a ser reconhecida de forma crescente, mas o Conselho de Barcelona foi solicitado a ir mais longe e a reconhecer, explicitamente, a educação e a formação como domínio-chave prioritário na Estratégia Global de Lisboa. Na sequência do Conselho Europeu de Lisboa, a Comissão Europeia elaborou uma proposta de relatório sobre os objetivos futuros dos sistemas de educação e de formação, que foi negociada pelos estados membros, e apresentada em Estocolmo em 2001. Foram, assim, estabelecidos três objetivos estratégicos:

- i) *Aumentar a qualidade e a eficácia dos sistemas de educação e de formação na UE;*
- ii) *Facilitar o acesso de todos aos sistemas de educação e de formação;*
- iii) *Abrir ao mundo exterior os sistemas de educação e de formação.*

Este relatório tornou-se no primeiro documento oficial a definir uma abordagem europeia abrangente e coerente relativamente às políticas nacionais de educação e de formação na União Europeia (UE).

Também ficou acordado que o trabalho de seguimento deveria ser levado a cabo e que deveria ser elaborado um programa de trabalho pormenorizado para ser apresentado em conjunto pelo Conselho Europeu e pela Comissão ao Conselho Europeu de Barcelona de 2002. Foi apresentado um programa de trabalho conjunto sobre os objetivos futuros dos sistemas de educação e de formação, implementado em 14 de Fevereiro de 2002, no qual se definem as questões-chave necessárias para concretizar os três objetivos estratégicos e, conseqüentemente, os treze objetivos conexos que foram acordados.

São valorizados os diversos elementos e níveis de educação e de formação, desde as competências básicas ao ensino profissional e superior, tendo especialmente em conta o princípio da aprendizagem ao longo da vida.

O Conselho Europeu e a referida Comissão publicaram uma mensagem política importante no seu relatório conjunto no Conselho Europeu em Março de 2002,

em Barcelona, salientando a importância da União Europeia, como uma economia baseada no conhecimento, que só é possível de construir com o contributo da educação e da formação como fatores de crescimento económico, inovação, empregabilidade sustentável e coesão social.

1.1.3 – A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE)

A **Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE)**¹¹ é outra das organizações internacionais focada na educação e formação.

É composta por 34 países e tem como objetivo principal visa promover políticas públicas voltadas para o desenvolvimento económico e o bem-estar social no mundo. Foi criada em 1961 e veio substituir a Organização Europeia para a Cooperação Económica.

Entre as iniciativas da OCDE, na área de educação encontra-se o Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (PISA)¹², um programa de avaliação comparada em três áreas do conhecimento (Leitura, Matemática e Ciências) aplicado em estudantes na faixa dos 15 anos nos países membros da organização e países convidados. O seu objetivo é produzir indicadores que contribuam para a discussão da qualidade da educação de modo a subsidiar políticas de melhoria do ensino.

No campo da avaliação das competências dos adultos, a OCDE é responsável pelo PIAAC – Programa de Avaliação Internacional de Competências para Adultos, em áreas fundamentais como a numeracia, a alfabetização e a capacidade de resolução de problemas.

As decisões na OCDE são estabelecidas através de um consenso no conselho interno da organização. Esse conselho é formado por um representante de cada um dos 34 países membros, além de um representante da Comissão Europeia. Entre os principais objetivos estão:

¹¹ <http://www.suapesquisa.com/geografia/ocde.htm>

¹² <http://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/>

- Promover o desenvolvimento económico;
- Proporcionar novos postos de emprego;
- Melhorar a qualidade de vida;
- Contribuir para o crescimento do comércio mundial;
- Proporcionar acesso à educação para todos;
- Reduzir a desigualdade social;
- Disponibilizar sistemas de saúde eficazes.

1.1.4 – O Centro Europeu para o Desenvolvimento da Formação Profissional (CEDEFOP)

O **Centro Europeu para o Desenvolvimento da Formação Profissional (CEDEFOP)**¹³ é também um organismo europeu que visa promover o desenvolvimento do ensino e da formação profissional. Trata-se de um centro que apoia as empresas que precisam de pessoas com competências adequadas para competir e oferecer produtos e serviços de alta qualidade. Cada vez mais, as pessoas necessitam de ter as qualificações adequadas para encontrar emprego, sendo a via da formação profissional um fator importante no desenvolvimento dessas competências.

1.1.5 – Outros eventos e efemérides no âmbito da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida

No ano de 1996, comemorou-se o “**Ano Europeu da Educação e da Formação ao longo da vida**”, baseado na ideia de que a educação e a formação não se podem restringir a determinadas etapas da vida, ou aos locais ditos tradicionais, devendo-se, sim, proclamar a valorização dos diferentes contextos de aprendizagem (formal, não formal e informal).

¹³ <http://www.refernet.pt/cedefop>

A Revista Europeia sobre Educação Profissional¹⁴ defende, no âmbito do Ano Europeu da Educação e Formação ao Longo da Vida, os seguintes pontos:

“Para que a Aprendizagem ao Longo da Vida se revista de interesse é necessário o seguinte: 1º) que a organização da aprendizagem seja radicalmente melhorada e 2º) que a aprendizagem seja objeto de um apoio financeiro que vá aumentando com a idade.” (p.2)

De referir, ainda, o “Fórum Mundial de Educação”, que se realizou em Dakar, no Senegal, no ano 2000. Daquele Fórum saiu um compromisso de 164 governos, segundo o qual a educação deve ser dirigida a todos, oferecendo a todas as crianças, jovens e adultos uma educação que satisfaça as necessidades básicas de aprendizagem, que inclua aprender a aprender, a fazer, a conviver e a ser. Os participantes desta conferência comprometeram-se a alcançar seis metas que estabelecem um ponto de ação destinado a permitir que todos os indivíduos realizem o seu direito de aprender e contribuam para o desenvolvimento da sociedade onde se inserem. Essas metas, tal como vêem discriminadas no compromisso de Dakar¹⁵, visam:

- 1. Expandir e melhorar o cuidado e a educação da criança pequena, especialmente para as crianças mais vulneráveis e em maior desvantagem;*
- 2. Assegurar que todas as crianças, com ênfase especial nas meninas e crianças em circunstâncias difíceis, tenham acesso à educação primária, obrigatória, gratuita e de boa qualidade até o ano 2015;*
- 3. Assegurar que as necessidades de aprendizagem de todos os jovens e adultos sejam atendidas pelo acesso equitativo à aprendizagem apropriada, a habilidades para a vida e a programas de formação para a cidadania;*
- 4. Alcançar uma melhoria de 50% nos níveis de alfabetização de adultos até 2015, especialmente para as mulheres, e acesso equitativo à educação básica e continuada para todos os adultos;*
- 5. Eliminar disparidades de gênero na educação primária e secundária até 2005 e alcançar a igualdade de gênero na educação até 2015, com enfoque na garantia ao acesso e o desempenho pleno e equitativo de meninas na educação básica de boa qualidade;*

¹⁴ www.cedefop.europa.eu/files/etv/Upload/Information.../130/8-9_pt_editorial.pdf

¹⁵ <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001275/127509porb.pdf>

6. Melhorar todos os aspetos da qualidade da educação e assegurar excelência para todos, de forma a garantir a todos resultados reconhecidos e mensuráveis, especialmente na alfabetização, matemática e habilidades essenciais à vida.
(p.7)

Foram já tomadas inúmeras medidas desde o ano 2000, no sentido da valorização da aprendizagem ao longo da vida a nível europeu e mundial. Os primeiros resultados foram já concretizados nos Estados Membros e ao nível europeu, por exemplo, nos domínios das competências essenciais/básicas, acesso ao ensino, ensino profissionalizante e superior, avaliação e garantia da qualidade, e-Learning e cooperação.¹⁶

Segundo o Professor Reginaldo Siteo (2006):

“A visão da evolução das sociedades europeias, apresentada pelo Livro Branco da União Europeia “Aprender e ensinar: rumo à sociedade cognitiva”, dá especial primazia às aprendizagens, ao acesso à aquisição de competências e ao conhecimento, enquanto fatores determinantes de uma adaptação do conjunto europeu à globalização das economias, às mudanças tecnológicas e sociais. Esta visão resulta de uma determinada orientação política: a Aprendizagem ao Longo da Vida. No entanto, esta ideia está longe de ser nova, é preciso analisar a evolução deste conceito nas suas diversas configurações principais, em particular a sua realidade na atual prática educativa e empresarial.”¹⁷ (p.283)

A aquisição contínua de conhecimentos e competências é essencial para poder tirar partido dessas oportunidades e participar, ativamente, na sociedade. A aprendizagem ao longo da vida demonstra que a pessoa tem vontade e desejo de aprender e procura as condições ideais para o fazer. É, assim, necessário ter predisposição para aprender, e estarem disponíveis locais ou ambientes indicados para a aprendizagem, que podem ser diversificados.

Como já foi referido anteriormente, a questão da educação é muito abrangente, sendo a assimilação de conhecimentos e aprendizagens ao longo da vida de forma formal, não formal e informal.

¹⁶ http://adcmoura.pt/start/Educacao_Formacao_Europa.pdf

¹⁷ <http://www.scielo.mec.pt/pdf/cog/v12n2/v12n2a09.pdf>

Josso (2002) aborda a questão das experiências ao longo da vida, destacando que a formação é a assimilação de conhecimentos e a sua colocação em prática (saber fazer), valoriza o “ter experiência” que é traduzido como os momentos, as vivências, os acontecimentos e as situações que acontecem sem ter sido provocados, o “fazer experiência” são todas as vivências, acontecimentos e situações provocados pelo sujeito e “pensar sobre as experiências” são todas as vivências e acontecimentos que foram trabalhados para se tornar experiência.

Paulo Freire (1979) defende uma educação com caráter permanente e transformador, visto que não há seres educados e não educados, pois estamos sempre nos educando, em todos os momentos. O ato de educar, segundo Paulo Freire (1996) “[...] não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”. (p.12)

Num artigo intitulado *O desenvolvimento dos competentes*, publicado no jornal com o título “Pessoas e Lugares”¹⁸, Rui Veríssimo Batista faz uma abordagem à necessidade de enaltecer as capacidades dos que, ainda, resistem no mundo rural e que, de uma forma, ou de outra, vão “inventando” formas de desenvolvimento e sobrevivência, recorrendo a vivências e experiências de vida. (cf. Anexo1).

1.2 – Contributos dos organismos nacionais na promoção da Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida

Em Portugal, a ideia de uma Educação e Aprendizagem ao Longo da Vida tem sido valorizada como processo educativo e formativo que deve estar presente ao longo do percurso de vida do indivíduo.

O processo educativo, num contexto formal, abrange os ensinamentos pré-escolar, básico, secundário e superior. Num contexto não formal e informal, há a valorização da formação e de atividades formativas facilitadoras de uma

¹⁸ <http://www.minhaterra.pt/IMG/pdf/jornalpl51.pdf>

atualização dos saberes e competências e do desenvolvimento do espírito crítico.

Segundo Canário (2004):

“A educação de adultos assenta em três teorias essenciais: a primeira consiste na revalorização da experiência de vida; a segunda implica a definição das situações educativas pelos seus efeitos e não pela sua intencionalidade; por fim, a terceira corresponde à assimilação do processo de aprendizagem a uma conceção larga, multiforme e permanente de socialização.” (p.78)

De acordo com Lima (2005), durante o período pós-revolucionário em Portugal (após o 25 de Abril de 1974), emergiram iniciativas de educação popular promovidas por associações e instituições da sociedade civil, que incidiram sobre ações de alfabetização e atividades de educação de base de adultos, numa lógica de utilizar o saber da comunidade como matéria-prima para o ensino, ocorrendo à margem da política pública estatal, ou da ação organizativa da administração pública.

A Lei nº3/79¹⁹ de 10 de Janeiro, simbolizou, assim, uma tentativa de transição da educação de adultos para um sistema e organização governamental.

Neste sentido, e com a progressiva responsabilidade do governo na alfabetização dos adultos, a lógica da educação popular de adultos e do associativismo tendem a ser objeto de desvalorização e marginalização por parte das orientações políticas dominantes.

Em 1982, é constituída a APCEP - Associação Portuguesa para a Cultura e Educação Permanente²⁰, uma organização que visa defender e promover a educação permanente e o desenvolvimento cultural. A APCEP organizou o 1º Congresso Nacional de Educação de Adultos em Coimbra (em Novembro de 1985) e vários seminários e colóquios. Esteve paralisada cerca de 25 anos, mas voltou à atividade em junho de 2014, sob o princípio de Educação Permanente, o qual deve contribuir para a formação integrada e integral das pessoas adultas, através das referências da leitura e da compreensão do mundo.

¹⁹ <https://dre.tretas.org/dre/33580/lei-3-79-de-10-de-janeiro>

²⁰ <http://www.apcep.pt/logotipo.php?noticia=1770>

Em Março de 1997, o Conselho Nacional de Educação aprovava a Recomendação 1/97²¹ de 31 de Março, de onde se salientam os seguintes princípios:

"... repensar globalmente a educação e a formação pede, ao mesmo tempo, abertura de espírito à diversidade e à inovação, e convicções determinadas sobre princípios e valores. O Conselho Nacional de Educação apela a que os múltiplos parceiros das políticas e das práticas educativas tenham sempre em conta os quatro princípios seguintes:

- a. a diversificação das instâncias e modos educativos implica que a escola deixou de ser concebível como a única instituição educativa do nosso tempo. Isso não significa, contudo, que tenha deixado de ser uma instituição central, designadamente para assegurar a educação básica para todos. Não significa, também, que deixe de constituir um objeto incontornável do investimento público, em particular para garantir os princípios da máxima inclusão social e da igualdade de oportunidades;*
- b. o reconhecimento da multiplicação das agências e dos processos de socialização e formação das pessoas deve ser claramente assumido, de forma descomplexada e aberta. A formação ao longo da vida faz-se em diferentes ciclos, em diferentes contextos, de diferentes maneiras e para diferentes finalidades, e de todas estas diferenças se faz a sua riqueza ...*
- c. o que quer dizer, especificamente, que, se o mundo da educação precisa hoje de um renovado espírito de abertura a outros mundos e outras lógicas - do trabalho, da iniciativa, da ciência, da técnica, do lazer, da relação, da cidade, da cultura -, não é para perder a sua natureza e autonomia próprias....*
- d. a educação que conta, aquela em que devemos apostar e investir, porque é a que garante maior retorno, a cada indivíduo e à sociedade no seu todo, é uma educação de banda larga - uma educação orientada para o desenvolvimento de valores, atitudes, capacidades e competências que favoreçam a aprendizagem, a adaptabilidade e a relação...*

Passa, assim, a Educação de Adultos a ser da responsabilidade do Estado. Em 1998, o governo decide lançar um Programa para o Desenvolvimento da Educação e Formação de Adultos, promovendo, dessa forma, a articulação entre educação e formação.

²¹ http://www.cnedu.pt/content/antigo/files/cnepareceresmodule/Recomendacao_1_1997.pdf

Em Setembro de 1999, com o Decreto-Lei nº 387/99²², de 28 de Setembro, é criada a Agência Nacional de Educação e Formação de Adultos (ANEFA), instituto público, sujeito à tutela e superintendência dos Ministérios da Educação e do Trabalho e da Solidariedade Social, e concebida como uma estrutura de competência ao nível da conceção, de metodologias de intervenção, da promoção de programas e projetos e do apoio a iniciativas da sociedade civil, no domínio da educação de adultos. No entanto, segundo Lima (2005), verificou-se que a ANEFA, enquanto estrutura de mediação, não intervinha no terreno e na multiplicidade de áreas inicialmente pensadas, como não demonstrou capacidades de assegurar o *“relançamento da educação e formação de adultos em Portugal”* (p. 48).

A integração de Portugal na União Europeia (UE) e os desafios que constantemente se colocam ao país resultantes da ação das novas tecnologias de informação e comunicação e da globalização dos mercados, exigiram a tomada de medidas que promovessem o desenvolvimento e a integração de jovens e adultos, atenuando as vulnerabilidades estruturais do País.

No que respeita especificamente à Educação e Formação de Adultos, o Estado Português, com base na Lei n.º 46/86, de 14 de Outubro (Lei de Bases do Sistema Educativo), possibilitou, numa primeira fase, através do ensino recorrente e da educação extra-escolar, a organização de ofertas formativas, específicas e adequadas, que permitiram, a obtenção de uma certificação escolar e a preparação para o emprego. No entanto, estas medidas não foram suficientes em Portugal, colocando o país na cauda da Europa, com uma das maiores taxas de analfabetismo dos estados membros.

Esta situação justificou que, independentemente da oferta de educação e formação de adultos e das oportunidades para a obtenção de certificações escolares e profissionais por via formal, deveria, também, alargar-se a oportunidade a todos os cidadãos, (em especial aos adultos menos escolarizados) de verem reconhecidas, validadas e certificadas as competências

²² <https://dre.tretas.org/dre/106134/decreto-lei-387-99-de-28-de-setembro>

e conhecimentos que, nos mais variados contextos, foram adquirindo ao longo do seu percurso de vida.

Foi nesse contexto que, com a Portaria nº 1082-A/2001, de 5 de Setembro e o Despacho Conjunto nº 919-A/2001, de 8 de Outubro, foram criados os Centros de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências (RVCC) desenvolvendo-se, então, o Processo de RVCC, no contexto da Estratégia Europeia para o Emprego e do Plano Nacional de Emprego.

Com um historial de alternância entre valorização e desvalorização da Educação de Adultos em Portugal surge, em 2005, a Iniciativa Novas Oportunidades (INO), enquanto programa de ação governativa, com implicações sobretudo no âmbito das políticas de educação e formação profissional. A INO, surgindo como forma de concretizar em Portugal os objetivos discutidos a nível europeu sobre a valorização e certificação de competências adquiridas fora de contextos formais de aprendizagem, tem como objetivo expresso alargar o referencial mínimo de formação até ao 12º ano de escolaridade para jovens e adultos. Evoluindo a partir da rede de CRVCC (que existiram de 2000 a 2005), foram criados os Centros de Novas Oportunidades (CNO), Portaria nº 370/2008, de 21 de Maio.

No portal da Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional²³ pode-se ter acesso a uma vasta informação, por exemplo, a definição do processo de RVCC como *“...um processo através do qual são reconhecidas as competências que os adultos adquiriram ao longo da vida fora dos sistemas formais de educação e formação, em contextos passíveis de gerar aprendizagens”*.

A preocupação com os adquiridos experienciais, traduzida em política educativa teve o grande impulso após a CONFITEA V, Conferência Internacional sobre Educação de Adultos da Unesco, em 1995, em Hamburgo (Alemanha) e, ainda, com o Conselho de Ministros da Presidência Portuguesa da União Europeia, no ano 2000, e que traçou as linhas fundamentais da Estratégia de Lisboa. Estes dois acontecimentos fizeram com que fossem alinhadas as estratégias

²³ <http://www.angep.gov.pt/default.aspx>

educativas europeias, promovendo uma maior mobilidade e a criação de uma rede de boas práticas e troca de saberes.

Com a Iniciativa Novas Oportunidades, o sistema nacional de reconhecimento, validação e certificação de competências, em Portugal, teve um forte impulso, no que respeita tanto ao alargamento da rede de centros e aproximação das ofertas ao público, como também à crescente adesão por parte do mesmo e, conseqüente aumento dos níveis de qualificação da população adulta.

Os Centros Novas Oportunidades como Centros Especializados em qualificação de adultos deram lugar, em 2013 aos Centros para a Qualificação e o Ensino Profissional (CQEP). Estes, entretanto, foram substituídos por novas estruturas designadas Centros Qualifica (Portaria nº232/2016, de 29 de Agosto).

Capítulo II – Educação Formal e Não Formal. Conceitos e aplicações educativas

A educação deve ser promotora de mecanismos de inclusão social. Esta inclusão deve ser pensada como mecanismo que promove o acesso ao direito de cidadania, como o respeito ao próximo e a tolerância. Há várias discussões sobre a tipologia das modalidades educativas formal, não formal e informal, assim como, uma reflexão sobre a amplitude dos processos educativos existentes.

Neste capítulo pretende-se, primeiro, apresentar e discutir a tipologia das modalidades educativas referidas como educação formal e não formal. Seguidamente, é nossa intenção demonstrar a utilidade e as possibilidades de instrumentalização destes conceitos para além deste entendimento.

2.1 – Educação Formal e Não Formal

A supremacia da visão escolarizada da educação, a par da crescente visibilidade dos processos educativos não formais a partir da segunda metade do século XX, justificou a necessidade de distinguir e delimitar modalidades educativas. A origem deste fenómeno situa-se nas práticas emergentes de educação de adultos no período pós 2ª guerra mundial. O entendimento da educação como um processo amplo e abrangente e a importância de se equacionarem diferentes modalidades educativas presentes nas práticas sociais, como forma de contornar a hegemonia da forma escolar, permitiu a emergência de uma tipologia de modalidades educativas referidas como educação formal, não formal e informal.

Como já foi referido no capítulo anterior, a educação está presente em diferentes contextos, valorizando-se a importância da aprendizagem ao longo da vida, as experiências vividas e as competências adquiridas.

A educação deixou de estar confinada ao espaço escola e passou a ter um papel importante na evolução e na formação do indivíduo, pois sabemos que ao longo da nossa existência, estamos sempre a aprender.

O mundo está em permanente evolução, logo o processo de aprendizagem tem, necessariamente, de acompanhar essa evolução. A valorização da experiência de vida e da educação não-formal tornou-se cada vez mais uma referência em documentos e recomendações de âmbito europeu e internacional, conforme referido anteriormente.

No Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI, editado sob a forma do livro: “*Educação: Um Tesouro a Descobrir*”, em 1996, é dada relevância à discussão dos “quatro pilares da educação”, como já foi referido anteriormente. A educação deve ser direcionada para os quatro pilares fundamentais de educação: **aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a viver com os outros, aprender a ser**. Considera o referido Relatório que:

“Para poder dar resposta ao conjunto das suas missões, a educação deve organizar-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais que, ao longo de toda a vida, serão de algum modo para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: aprender a conhecer, isto é adquirir os instrumentos da compreensão; aprender a fazer, para poder agir sobre o meio envolvente; aprender a viver juntos, a fim de participar e cooperar com os outros em todas as atividades humanas; finalmente aprender a ser, via essencial que integra os três precedentes.” (p.89) “... a Comissão pensa que cada um dos “quatro pilares do conhecimento” deve ser objeto de atenção igual por parte do ensino estruturado, a fim de que a educação apareça como uma experiência global a levar a cabo ao longo de toda a vida, no plano cognitivo como no prático, para o indivíduo enquanto pessoa e membro da sociedade.” (p.90)²⁴

2.2 - Os Contextos de Aprendizagem

Segundo Colardyn e Bjornavold (2005, citado por Pires, 2007, p.133), o contexto e a intenção de aprendizagem têm sido considerados como dimensões determinantes na categorização de diferentes **contextos de aprendizagem, formal, informal e não formal**.

²⁴ Delors, Jacques (Coord.). Os quatro pilares da educação. In: *Educação: um tesouro a descobrir*. São Paulo: Cortezo. p. 89-102.

Quando esta ocorre num contexto de aprendizagem estruturado, em que as atividades se encontram planeadas e orientadas para essa finalidade e a aprendizagem é intencional, determina-se como **educação formal**. Quando a aprendizagem ocorre num contexto estruturado, com atividades planeadas (não necessariamente orientadas para a aprendizagem) e é intencional, designa-se como **educação não-formal**. Se a aprendizagem ocorre em situações não estruturadas e não é intencional, chamamos-lhe **educação informal**. Todos estes contextos de aprendizagem são importantes, o indivíduo aprende em todos ao longo da vida, sendo que os três contextos complementam-se entre si.

Libâneo (1988, citado por Nico, 2009, p.18) distingue **duas modalidades de educação**: a **Educação não-intencional** (educação informal ou Educação paralela) e a **Educação intencional** (Educação não formal e Educação Formal):

“...os campos de diferenciação das diferentes modalidades de educação são, por vezes, tão ténues, que se torna difícil estabelecer os campos que as delimitem. Assim sendo, parece-nos mais prudente entender essas várias modalidades como sendo interligadas e valorizando-se mutuamente.”

Segundo Cavaco (2002), a educação informal é uma modalidade educativa não organizada, que pode ser intencional ou não, e que se designa de educativa em consequência dos seus efeitos na alteração de comportamentos e atitudes dos indivíduos. A aprendizagem e formação experiencial estão relacionadas com a aquisição de saberes que têm origem na vida dos indivíduos, estando associadas à modalidade da educação informal, a aquisição de competências, e são realizadas através do contacto direto com as situações da vida. Para a autora, a educação informal é uma modalidade educativa não organizada, que pode ser intencional ou não, e que se designa de educativa em consequência dos seus efeitos na alteração dos conhecimentos, comportamentos e atitudes dos indivíduos. Segundo Cavaco (2002):

“ (...) está presente desde que existe o Homem, assim como a aquisição de saberes por via experiencial (...) O termo educação informal surge como complementar das outras duas modalidades educativas” (p.33)

“ A educação informal ocorre ao longo da vida, na diversidade de contextos e, inclusivamente, também nas situações de educação formal e não-formal.” (p.40).

Cavaco (2002) refere, ainda, que os conceitos de aprendizagem e formação experiencial têm um sentido muito dinâmico para quem pretende estudar indivíduos com experiências de vida adquiridas no contacto direto com o meio, em contexto informal.

É importante, cada vez mais, valorizar as aprendizagens adquiridas pelos indivíduos no seu dia-a-dia. O reconhecimento de que a educação formal apenas contribui para uma parte da formação dos indivíduos exige perante os outros contextos de aprendizagem uma maior reflexão, pois eles também são importante para a formação dos mesmos. É na articulação entre a educação formal, não formal e informal que é possível compreender todo o processo de aprendizagem dos indivíduos, tendo como base o ser inacabado que está em permanente aprendizagem.

A **educação não formal** ou informal é menos burocrática e menos formal. Na educação não formal, temos o exemplo da aprendizagem que é feita ao “longo da vida”, essa aprendizagem pode ser ou não reconhecida e certificada, mas é uma aprendizagem. Neste campo da educação não formal, há exemplos na área da educação de adultos, como as ações de alfabetização, nas empresas (que disponibilizam cursos de formação aos seus funcionários), as atividades exercidas em comunidade (nas associações, na igreja, nos partidos políticos, nos sindicatos e no voluntariado).

A importância da educação não formal decorre da possibilidade de cada indivíduo poder ter acesso e criar novos conhecimentos. A educação que nos é transmitida pelos nossos pais, pela família, pelos amigos, pela nossa capacidade de integração e participação em atividades comunitárias como o desporto, teatro e até pelo nosso interesse na leitura de livros, jornais ou revistas, são experiências que podem ser consideradas no contexto educação não formal ou informal.

Segundo Brandão (1985), a educação informal ou não formal define-se como sendo aquela que está relacionada com o processo livre de transmissão de certos saberes, tais como: a fala comum a um dado grupo, as tradições culturais e comportamentos característicos das diversas comunidades presentes na sociedade. Já Furter (1978) defende que a educação informal ou não formal é

todo e qualquer processo educativo ocorrido em instituições que não pertencem às redes escolares de ensino.

Nas duas últimas décadas, a melhoria das condições de vida, a falta de tempo para a educação familiar, a evolução dos recursos mediáticos e das tecnologias da informação, contribuíram para um alargamento muito expressivo do campo de ação da educação não formal. O relativo sucesso anunciado pelas ofertas de educação não formal, um pouco por todo o mundo, abriu também um novo campo de investigação nas ciências da educação, designadamente, no que respeita à sua complementaridade com a educação formal veiculada pelos sistemas educativos. É talvez no carácter inovador e flexível da ação de ensino aprendizagem não formal que residem algumas das melhores expectativas educacionais, em especial, no quadro contemporâneo de crescente questionamento da eficácia da ação educativa em meio escolar.

Relativamente aos contextos da **educação formal**, perpetuados, na sua essência, pelos sistemas educativos, a educação não formal tem aplicado recursos didáticos e estratégias de ensino bastante inovadores, possivelmente, mais eficazes do ponto de vista da motivação e da construção de aprendizagem significativa, que privilegiam a abordagem contextualizada e interdisciplinar de conteúdos variados e que promovem uma relação educativa mais flexível, mais focada na estrutura do sujeito aprendente e no seu estágio de desenvolvimento.

A educação estruturada e certificada que ocorre nos sistemas de ensino, denominada por educação formal, contrapõe-se à educação informal, de carácter esporádico e não organizado, que ocorre nas famílias ou nas comunidades.

A aprendizagem concretiza-se, assim, de variadas formas, pois aprende-se em diferentes contextos. Aprende-se na escola formal, através da televisão, da internet, nas redes sociais, nos cursos de formação, no local de trabalho, nos campos de férias, nos museus, centros de ciências, no café, nas festas, nos encontros temáticos, ou seja, em todos os espaços que permitam a partilha e a discussão de informações e conhecimentos que integram uma cultura numa sociedade cada vez mais vasta, complexa e global.

No que respeita à educação informal, após a pesquisa bibliográfica efetuada, podemos afirmar que a mesma é realizada no seio familiar (sendo este o primeiro espaço de transmissão de cultura), no grupo de amigos, nas atividades de lazer e de trabalho, contribuindo para a nossa própria integração enquanto indivíduo e ser social. Este é um tipo de educação que não é intencional ou organizada, constituída pelas vivências e atitudes espontâneas que despoletam a aprendizagem. É um processo não organizado mas permanente. A partir do momento em que nascemos estamos numa aprendizagem contínua, até ao fim da nossa existência, conforme refere Couceiro (2002):

“ As experiências vivenciadas no quadro da vida, ao longo do tempo e na multiplicidade de contextos em que se desenrola, produzem pensamento e prática que se repercute no modo como os adultos pensam. Sentem, observam, interpretam, julgam e agem produzindo assim conhecimento” (p.42)

Sendo a educação uma prática social, esta caracteriza-se por um conjunto de atividades através das quais as pessoas aprendem e ensinam, constroem representações sociais que permitem ter uma visão do mundo numa dimensão mais próxima e real.

O conceito educação adquire vários significados tendo em conta as diferentes experiências de cada um e da sociedade ou comunidade em que está inserido.

Segundo Quintana (1991):

“As atividades que implicam ensino e aprendizagem, homens e mulheres conhecem o seu mundo e comunicam entre si os seus saberes e a sua cultura com a finalidade de a afirmar, impor ou transformar” (p.161)

Assim, todo o processo educativo assume a forma de socialização que é essencial para a troca de saberes especializados e culturais necessários para a convivência colocando em prática a atividade e integração social.

É também como força percursora de uma nova cultura educativa, legítima e oportuna, que a educação não formal se equaciona cada vez mais como uma medida social de promoção de culturas e modos de vida. Este processo implica, ainda, um esforço na definição de estratégias e modelos adequados e um

posicionamento correto dos serviços e produtos inerentes, como por exemplo, no âmbito dos roteiros turísticos e pedagógicos implementados, tendo em consideração o público (as suas especificidades e exigências), assim como a evolução dos métodos e processos de produção da indústria agroalimentar e a sua relação com as características naturais e culturais do meio envolvente.

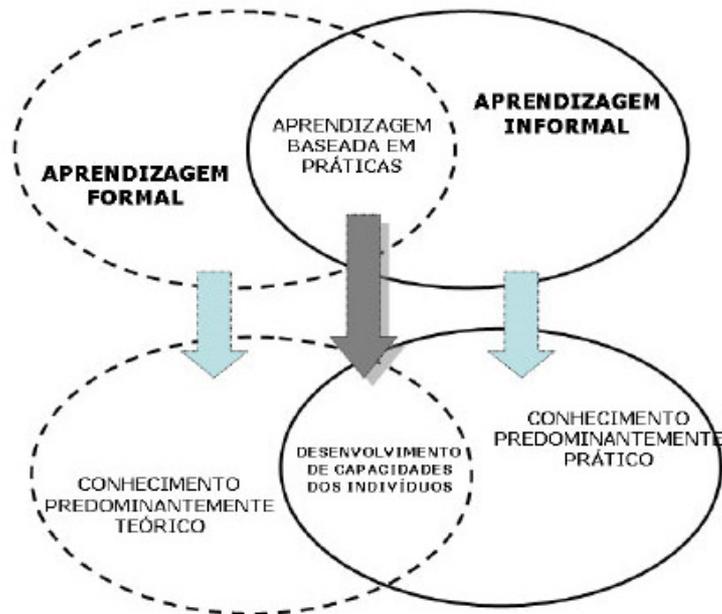


Figura 1 – Processos de Aprendizagem²⁵

2.3 – A aprendizagem como um processo social

É importante definir o **processo de aprendizagem** que é concretizado, tendo em conta uma escolha de situações e de objetivos que dependem da nossa própria iniciativa. A aprendizagem pressupõe a prática de algumas tarefas, atitudes e comportamentos resultantes da apreensão de conhecimentos.

No que diz respeito às teorias de aprendizagem, Jean Berbaum (1992) faz uma abordagem à teoria do desenvolvimento da capacidade de aprendizagem, que assenta numa pedagogia por objetivos e define pequenas unidades ou etapas de ensino/aprendizagem. Para Berbaum (citado por Pombo, 1984; p. 5)²⁶

²⁵ Figura retirada http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-9512011000100010&script=sci_arttext

²⁶ <http://www3.uma.pt/jesusousa/CCC/5.%20Por%20ou%20Com%20objetivos.pdf>

“Tudo se passa como se uma etapa atingida o fosse uma vez por todas, como se etapas sucessivas devessem ser efetivamente abordadas uma após outra e numa ordem bem definida, como se os objetivos pudessem ser tratados isoladamente uns dos outros”

É como se existisse:

“Uma progressão optimal única”, “sob a forma de sucessão de objetivos parciais, para alcançar o objetivo geral proposto”.

A Pedagogia por Objetivos atua na situação social e dinâmica do espaço escolar da sala de aula. O professor vê-se, constantemente, confrontado com a necessidade de alterar a ordem prevista em função das imprevistas reações dos alunos, dos seus diferenciados ritmos de aprendizagem e de uma série de outras condições.

Por estes factos, a relação ensino/aprendizagem é constantemente reformulada. No modelo PADÉCA (Programa de Auxílio ao Desenvolvimento da Capacidade de Aprender), Berbaum propõe projetos de aprendizagem que permitam trabalhar as diferentes potencialidades de cada indivíduo. Existem muitas formas de aprender, existindo indivíduos que respondem melhor a estímulos visuais, auditivos ou corporais, memorização da informação, experiências e exercícios. É importante exercitar a capacidade criativa para descobrir novas relações e domínios e fortalecer o trabalho de raciocínio. Aprender é adquirir uma nova representação mental, fazer novas conexões neuronais, adquirir novos fundamentos para uma experiência de aprendizagem e canalizá-la para o desenvolvimento de novas capacidades e competências.

O PADÉCA desenvolve o autoconhecimento, a autonomia, imaginação, iniciativa e espírito de iniciativa, ajuda a refletir e tomar consciência sobre o ato de aprender e sobre o comportamento face a uma aprendizagem, permitindo criar uma atitude perante os obstáculos e melhorar a resposta às dificuldades.

Tal como defende Berbaum (1992)²⁷:

²⁷<http://empowertolive.pt/2-uncategorised/35-aprender-a-aprender-2> e <http://aprendercompadeca.blogspot.pt/p/a-logica-e-criacao.html>

“Esta construção pode utilizar uma das três vias – ou as três simultaneamente – que são o pensamento, o sentimento e a vontade. Podemos aprender através da cabeça, através do coração e através do corpo. Digamos, simplesmente que a memorização pode fazer-se essencialmente através do raciocínio (...), através do ritmo (...) e através do movimento (...) que estão associados às informações a reter. Procuraremos utilizar as três vias, tanto quanto possível, pois no momento da restituição cada uma delas facilita o funcionamento da outra.”

Berbaum, através do modelo PADéCA, define atitude como a:

“Disponibilidade e desejo que cada indivíduo tem para a mudança, que corresponde a uma necessidade de aplicar e aumentar as potencialidades que fazem parte de nós próprios” (p. 29)

E projeto como sendo uma:

“Consequência ou resultado de um processo individual de desenvolvimento enquadrado noutros projetos.” (p. 29).

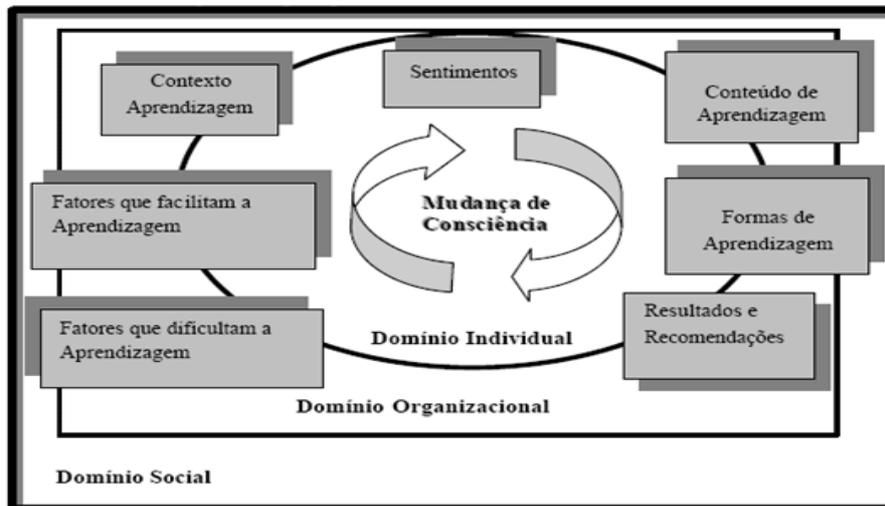


Figura 2 – Domínios de Aprendizagem²⁸

²⁸ Figura retirada de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482004000200014

Lev Vygotsky (1996), por sua vez, destaca a importância do homem inserido na sociedade, a sua abordagem sempre foi orientada para os processos de desenvolvimento do ser humano numa dimensão socio-histórica e na forma como interage na sociedade. A relação entre o desenvolvimento e a aprendizagem está ligada ao fato do ser humano viver no meio social e, neste sentido,

Vygotsky, no seu trabalho, desenvolveu uma visão que se baseia na concepção de um organismo ativo, em que o pensamento é constituído num ambiente histórico e social. O autor defende que o indivíduo recebe uma herança cultural muito importante e o seu desenvolvimento dá-se no meio social em que vive, por isso, a sua teoria de aprendizagem tem uma forte base histórico-social.

Vygotsky mostra na sua teoria que o desenvolvimento dá-se de fora para dentro, a aprendizagem acontece em qualquer lugar, o processo de formação de pensamento é despertado pela vida social e pela comunicação que o indivíduo vai estabelecendo ao longo do seu processo e que permite a assimilação de experiências. O autor apresenta e defende a noção de que o bom é aquele que considera o nível de desenvolvimento potencial ou proximal (ZDP).

Vygotsky define a ZDP (Zona de Desenvolvimento Proximal) como a distância entre o nível de desenvolvimento real que é determinado pela capacidade de resolver problemas e o nível de desenvolvimento proximal que é definido como a capacidade que o indivíduo tem em solucionar problemas com ajuda de alguém mais experiente. É nessa zona que a aprendizagem ocorre, estimulando e levando-nos a atingir um nível de compreensão e habilidade que, ainda, não dominamos.

O conceito de desenvolvimento proximal permite compreender as funções de desenvolvimento que estão a caminho de se completar. Não se deve olhar o indivíduo de forma retrospectiva, como se fosse estático, há que respeitar as potencialidades do mesmo e permitir que adote uma postura aberta à aprendizagem.

Vygotsky sublinha que o desenvolvimento não pode ser separado do contexto social, e que na cultura afeta a forma como pensamos e o que pensamos, sendo o conhecimento dependente da experiência social. Na Zona de Desenvolvimento

Proximal, o autor defende que existe um intervalo entre a resolução de problemas assistida e individual, sendo o papel do educador o de orientar a aprendizagem do indivíduo, ajudar a desenvolver novos conhecimentos, recorrendo, para o efeito, a exercícios de aprendizagem apropriados ao seu desenvolvimento.

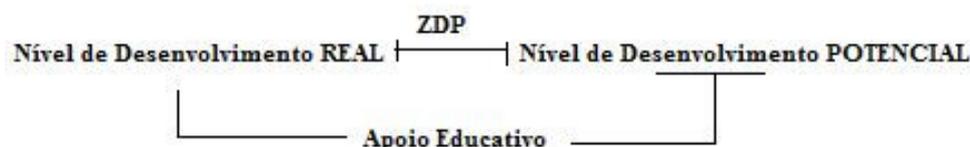


Figura 3 – Zona de Desenvolvimento Proximal²⁹

Segundo Gadotti (2005):

“Educação é um dos requisitos fundamentais para que os indivíduos tenham acesso ao conjunto de bens e serviços disponíveis na sociedade. Ela é um direito de todo o ser humano como condição necessária para ele usufruir de outros direitos constituídos numa sociedade democrática.”(p.1)

Para este autor, a educação formal é adquirida nas escolas e universidades, são elas que possuem diretrizes educacionais e são reguladas por mecanismos institucionais que são orientados pelos ministérios competentes, no nosso caso, pelo Ministério da Educação e do Ensino Superior.

De acordo com Larrosa (2004):

“O que somos é uma narrativa elaborada (particular, contingente, aberta, interminável) da história das nossas vidas, de quem somos em relação ao que se passou” (p. 20)

De acordo com Freire, para que a educação seja válida, existe a necessidade de problematizar o presente e o futuro, e a sociedade, daí que o autor defenda que o direito à educação deve possuir quatro elementos;

- i) a historicidade, que visa conhecer o contexto histórico do indivíduo;

²⁹ Figura retirada de: <http://msvp2010.wordpress.com/2010/07/26/2-abordagem-dialogica-das-interaccoes-zona-de-desenvolvimento-proximal-zdp-vygotsky/>

- ii) superar a noção de serviço, ou seja, deixar de lado a rentabilidade do serviço e dar mais importância à questão do direito à educação;
- iii) não reduzir o direito à educação apenas à escola, ou seja, igualdade de oportunidades para todos os indivíduos, dar mais importância à qualidade e pertinência cultural e social;
- iv) é um direito que tem um sujeito, ou seja, ter direito a uma orientação da educação segundo as identidades culturais dos povos.

No livro *Educação como Prática da Liberdade*, Freire (1979) assume o princípio de inserção do homem como ser e que promove a sua conceção de vida social e política. Para o autor, teorizar é contemplar a inserção do homem na realidade, da experiência do mesmo com a realidade, enfatizando a importância de analisar e refletir essa mesma realidade.

O pensamento pedagógico de Freire acentua a importância da comunicação, como princípio que transforma o homem em sujeito da sua própria história, através da sua vivência e da sua inserção na cultura. Para Freire (1979), existe uma fórmula que contém os elementos que constituem o diálogo: a Teoria/Prática; o Discurso/Ação; o Pensar/agir; e o Pensamento/ato. É através do diálogo na relação entre educador e educando que se eliminam as fronteiras da aprendizagem.

Freire (1979) construiu um método de alfabetização de adultos, criticando o ensino tradicional. O método propõe a identificação das palavras-chave do vocabulário dos alunos, as chamadas **Palavras Geradoras**, devendo estas sugerir situações de vida comuns e significativas para os alunos da comunidade. O professor ou educador mostra, lado a lado, a palavra e a representação visual do objeto que ela designa, sendo mais fácil para os alunos memorizar o objeto que visualizam e associar à palavra escrita.

Surge, então, a expressão *Temas Geradores*: o educador e o aluno aprendem juntos, existindo dinâmica, interesse e envolvimento, pois aprende-se sempre, com mais facilidade os assuntos nos quais há mais interesse e motivação. Os *Temas Geradores* vieram ajudar a organizar o trabalho e possibilitar uma aprendizagem mais significativa. Para que o método tenha sucesso na sua

implementação, existem algumas etapas importantes que não devem ser descuradas, tais como:

- i) Etapa de investigação, em que se deve pesquisar sobre as palavras e temas mais significativos na vida do aluno, dentro do seu universo vocabular e da comunidade onde está inserido;
- ii) Etapa da tematização é o momento da tomada de consciência do mundo, fazendo a análise dos significados sociais dos temas e palavras;
- iii) Etapa de problematização é aquela em que o educador desafia e inspira o aluno a superar a visão do mundo para uma postura conscientizadora.

Seguem-se, depois, as fases da aplicação do método, em que Freire propõe cinco fases:

- i) A primeira fase, prende-se com o levantamento vocabular do grupo;
- ii) A segunda fase, relaciona-se com a escolha das palavras, seguindo critérios de riqueza fonética e dificuldades fonéticas;
- iii) Na terceira fase, criam-se situações existenciais características do grupo, inseridas na realidade local;
- iv) Na quarta fase, criam-se uma espécie de fichas roteiro que funcionam como guias para o debate;
- v) Na quinta fase, criam-se fichas de palavras para a decomposição das famílias fonéticas correspondentes às palavras geradoras.

Este Método das Palavras Geradoras possibilita o desenvolvimento de temas que estejam relacionados com as vivências dos alunos, valorizando as suas experiências e pontos de partida e facilitando a assimilação de conteúdos e a integração do grupo.

Capítulo III – O Roteiro Pedagógico como resposta educativa no contexto da Educação Não Formal

Do ponto de vista teórico e numa perspetiva educacional, um roteiro, que abarque todos os públicos, não é, atualmente, uma prática muito comum. No entanto, a criação de um roteiro pedagógico direcionado para vários tipos de públicos tem como objetivo o recurso a técnicas pedagógicas que permitam aos intervenientes uma aprendizagem adequada do que se inscreve no roteiro.

Um roteiro pedagógico visa permitir e mediar o acesso à informação que, por consequência, visa estimular a aprendizagem ao longo da vida dos participantes.

Neste capítulo pretendemos descrever o roteiro pedagógico no contexto da educação não formal, a programação de um roteiro pedagógico e os roteiros pedagógicos no ramo agroalimentar, na região Alentejo.

3.1 - O Roteiro Pedagógico no contexto da Educação Não Formal

O roteiro pedagógico, no contexto da educação não formal, é uma forma de proporcionar ao indivíduo a possibilidade e oportunidade de aquisição de saberes e contactar com realidades diferentes, com o objetivo de permitir vivenciar o conhecimento teórico transformado em realidade.

O roteiro pedagógico surge associado ao turismo pedagógico. O turismo que se desenvolve nas áreas rurais assume diversas terminologias que se coadunam em função da diversidade cultural, económica, ambiental e social de cada região e que evidenciam características relacionadas com o aspeto do meio rural, como a paisagem, os costumes do homem do campo e o contacto com a natureza. No contexto deste estudo, exploramos o turismo, na vertente pedagógica, através da análise dos roteiros pedagógicos.

Para Elesbão (2005), o termo **turismo** vem sendo utilizado indistintamente para definir as atividades turísticas que são desenvolvidas nos mais variados espaços. Entendido dessa forma, há o conceito de turismo rural, relacionado com

as especificidades do mundo rural, como a paisagem, o estilo de vida e a cultura rural (Tulik, 2006). Trata-se, portanto, de uma atividade que, na sua forma mais original e “pura”, deve estar instituída em estruturas essencialmente rurais, de pequena escala, situadas ao ar livre, favorecendo ao visitante o contato direto com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e, também, com as denominadas sociedades e práticas “tradicionais” (Ruschman, 2000).

Zimmermann (1996) destaca um conjunto de princípios básicos do turismo rural, como a identidade, autenticidade, harmonia ambiental, preservação das raízes, divulgação dos costumes e atendimento familiar. Nestes princípios estão inseridos aspetos como as especificidades da propriedade, a manutenção da arquitetura típica, os tipos de atividades produtivas, a preservação e restauração do ambiente rural, a cultura local o lazer e a interação social. O turismo rural está, assim, relacionado com os aspetos históricos e culturais do meio rural, à valorização do modo de vida do homem do campo.

O conceito de **Agroturismo** tem como principais atrativos todas as atividades ligadas à agropecuária, aos produtos agrícolas e ao próprio modo de vida. A principal característica prende-se com a participação do indivíduo nas atividades desenvolvidas pelos agricultores, tais como a plantação ou a colheita dos produtos, entre outras atividades.

Segundo Campanhola e Silva (2000):

“O agroturismo pode ser definido como o conjunto de [...] atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade, devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços aos produtos agrícolas e bens não-materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro) a partir do ‘tempo livre’ das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa” (p. 148).

No que diz respeito ao aspeto económico, o turismo no espaço rural pode contribuir de modo significativo para o crescimento da economia local onde é desenvolvido, por ser uma atividade que possui um conjunto de benefícios, dentre eles o de mobilizar recursos ociosos e, principalmente, despertar iniciativas de carácter empreendedor Elesbão (2010).

Ainda, segundo Van der Ploeg (2000):

“O desenvolvimento rural implica a criação de novos produtos e novos serviços, associados a novos mercados; procura formas de redução de custos a partir de novas trajetórias tecnológicas; tenta reconstruir a agricultura não apenas ao nível dos estabelecimentos, mas em termos regionais e da economia rural como um todo; representa, enfim ‘uma saída para as limitações e falta de perspectivas intrínsecas ao paradigma da modernização e ao acelerado aumento de escala e industrialização que ele impõe” (p. 395).

Nesse enfoque, procura-se evidenciar o caráter pedagógico do turismo rural, tentando compreender o que se entende por pedagógico e quais as relações estabelecidas com a educação e o processo educativo. Para isso, torna-se necessário apresentar alguma reflexão sobre a pedagogia e a sua relação com o turismo, no âmbito de uma sociedade e economia em constante evolução.

É nesta perspectiva que surge o **turismo pedagógico**, inserido no contexto da educação não formal como uma ferramenta eficaz na aprendizagem do indivíduo, por proporcionar uma aprendizagem que vai muito para além da tradicional sala de aula e que se transpõe numa vivência real, e numa prática educativa de aprender pela experiência.

Segundo Yus (2002), a aprendizagem é uma experiência que compreende um processo que vincula a educação, o trabalho e o desenvolvimento pessoal; um processo que exige métodos ativos, rompendo, assim, com o esquema tradicional de alunos passivos e recetivos.

Para Dewey (1954), a experiência constitui um papel central na aprendizagem do sujeito, sendo definida como um processo de renovação da existência física que alarga os conhecimentos, enriquecendo o nosso espírito e dando um significado mais profundo à vida. A educação, por conseguinte, é definida pelo autor como um processo presente, que acontece a cada dia e não como uma ação de preparação para o futuro. Compreende, pois:

“[...] o processo de reconstrução e reorganização da experiência, pelo qual lhe percebemos mais agudamente o sentido, e com isso nos habilitamos a melhor dirigir o curso de nossas experiências futuras.” (p. 10).

Para Campos (2010), as propriedades rurais pedagógicas compreendem estruturas que podem contribuir para a formação e desenvolvimento das crianças, favorecendo a divulgação de valores do meio rural através de um conjunto diversificado de práticas agrícolas, pecuárias e artesanais, tendo como base o sistema de ensino educativo de carácter não-formal que incentive a participação e a aprendizagem, possibilitando, ao mesmo tempo, uma aproximação do homem com a natureza.

Não sendo apenas direcionado para as crianças, o turismo pedagógico e didático em meio rural adapta-se a diferentes públicos, mediante o exercício de atividades programadas e adaptadas que permitem e facilitam a atração dos visitantes.

As atividades turísticas implementadas em contexto rural aparecem “(...) *resgatando e promovendo o património cultural e natural da comunidade que fundamentalmente tem um acompanhamento didático pedagógico com o objetivo de aquisição de conhecimento*”⁸⁰.

3.2 - A programação de um Roteiro Pedagógico

A preparação do **roteiro didático** ou **pedagógico** é uma das fases cruciais para o bom sucesso do mesmo. Começa, segundo D’Agostinho (2008) pelo contato com os intervenientes, pela programação e uso de materiais estruturados e documentação apropriada tendo em conta uma aprendizagem ativa, por meio da realização de atividades que abrangem metodologias e experienciais envolventes, pela intervenção do técnico ou de uma testemunha privilegiada, pela boa capacidade de comunicação para transmitir ideias e emoções e lidar com o público. Outro dos aspetos a ter em conta diz respeito à organização e segurança da propriedade, com a presença de áreas equipadas para receção dos grupos, degustação de produtos, ajuste de acordo com as leis vigentes e outras precauções necessárias para garantir a segurança e bem-estar dos visitantes.

⁸⁰ http://www.idestur.org.br/download/F_ROTEIRO_PEDAGOGICO_TURISMO_RURAL.pdf

Para além desses aspetos, Napoli (2006) fala da importância de áreas de recreação e das instalações cobertas para a realização de atividades educativas em dias chuvosos, assim como o uso de sistemas produtivos de baixo impacto ambiental, integrados a uma agricultura biológica. Ainda, segundo o autor, cada propriedade rural é em si um lugar onde há muito que aprender, desde questões relacionadas à redescoberta da cultura camponesa e reflexões sobre a paisagem agrícola até problemas ecológicos e tendências do mercado. Neste contexto, a pessoa responsável pelas atividades educativas em cada propriedade rural pedagógica deve encontrar seu próprio método de apresentar o mundo rural, não devendo simplesmente repetir o que os intervenientes já sabem. Estas iniciativas não exigem grandes investimentos em termos financeiros, no entanto, pressupõem uma organização adequada dos espaços da propriedade e cuidados básicos com as questões de segurança e higiene, bem como uma proposta educativa coerente com as características do local e pessoas com capacidade para comunicar os saberes e fazeres da vida no campo.

O **turismo pedagógico** é uma prática que procura proporcionar a convivência entre pessoas de culturas diferentes, apresentando situações favoráveis para a prática do aprender a conhecer, a fazer, a conviver e a ser, propiciando uma pedagogia participativa, na qual os intervenientes são estimulados a envolver-se ativamente.

Tal como foi definido, inicialmente, as instituições que integram o nosso estudo tem a sua ação situada na região Alentejo, definindo a sua posição na indústria agroalimentar com tecnologia e inovação, despoletando, cada vez mais, o interesse dos vários públicos, pelos contextos da educação não formal.

No caso do nosso estudo, a nossa observação e interesse centra-se no ramo da indústria agroalimentar, área que tem vindo a sofrer alterações constantes, por motivos tecnológicos que evoluem muito rapidamente. Nessa área, as visitas e atrações são direcionadas para fábricas ou unidades, o que se torna interessante ver as pessoas/operários/técnicos de produção a trabalhar e a promover a compra dos produtos do seu trabalho.

Já existe, há muito tempo, baseado na atividade turística, visitas a fábricas e museus industriais, assim como a produções de objetos ou produtos específicos, em que é disponibilizado aos visitantes facilidades e serviços como informações e percursos inseridos na produção e demonstrações e o visitante assiste às várias fases da produção e, no fim, pode adquirir os produtos a um preço mais atrativo.

O envolvimento de grandes empresas neste tipo de turismo tem sido significativa nos últimos anos, tendo as mesmas adaptado ou criado condições atrativas para receber visitantes nas suas próprias instalações, promovendo roteiros e percursos direcionados a vários e diferentes públicos, que, de forma geral, possuem um carácter educativo muito rico.

No que diz respeito aos diferentes públicos há que salientar as crianças, jovens adolescentes, adultos e os idosos. Ao brincar, a criança constrói conhecimento, e no ato de brincar a confiança é reforçada e os comportamentos agressivos afastados. É esta a forma que a criança arranja para comunicar consigo própria e com o mundo. As crianças ao relacionarem os conceitos e os papéis, recorrem constantemente à sua imaginação, desenvolvendo a criatividade e a crítica, e é através da atividade lúdica que a criança se prepara para enfrentar os acontecimentos de vida assimilando as normas e a cultura do seu espaço social. Daí que, grande parte dos roteiros e percursos, já estejam delineados tendo em conta este tipo de público, planeando atividades lúdicas e educativas para as crianças. Já os jovens adolescentes necessitam de referências que correspondam ao seu próprio desenvolvimento pessoal.

É esse poder da descoberta e da novidade que despoleta a motivação e a curiosidade em saber mais, daí que os roteiros pedagógicos tenham de ter atenção especial para este tipo de públicos, cujo interesse pode passar por uma questão de obrigatoriedade, quando ocorre em contexto escolarizado, ou a nível pessoal, por curiosidade. É nesse despertar de aprendizagens e emoções que o público deve ser enquadrado, o que, efetivamente depende também da capacidade do animador ou do técnico que acompanha o roteiro.

Para o público adulto, há uma tendência para os grupos institucionalizados e em família. Neste tipo de público, há uma necessidade de programar tudo e

normalmente, dispensam atividades que sejam morosas. Parte das vezes, são, também, influenciados por outros adultos que já fizeram o roteiro e, por vezes, fazem-no pelas referências que os locais oferecem. Os grupos de idosos são outro público que deve ser tido em conta, até pelas condições físicas que podem apresentar. Existe, hoje em dia, uma diversidade de atividades que se adequam a este tipo de públicos:

- i) evidenciam características de interatividade especiais, porque as experiências de vida estão intrínsecas;
- ii) apresentam-se, normalmente, em grupos e gostam de atividades interativas e que lhes despertem a curiosidade de forma a revalorizá-los, a nível pessoal.

O Turismo pedagógico em contexto rural despoleta a curiosidade essencialmente de quem tem pouco ou nenhum contacto com as atividades rurais. Neste sentido, e inserida numa escola comunitária que conheci enquanto estudante, e a título meramente exemplificativo, foi feita uma visita à SUÃO – Associação de Desenvolvimento Local, que tem vindo a desenvolver, com grande sucesso, várias atividades, de entre as quais, um Circuito de Aldeia, contando com o empenho e envolvimento da comunidade de São Miguel de Machede (freguesia do concelho e distrito de Évora).

O primeiro grande projeto desta associação foi implementar uma Escola Comunitária para colmatar a falta de escolarização, principalmente, entre a geração mais adulta, sendo que existia um grande número de cidadãos analfabetos, e assim, surge a “Escola Comunitária SUÃO”.

Para além da alfabetização destas gentes, existia ainda o objetivo de combater a solidão e o isolamento, promovendo dinâmicas de grupo e convívio. Foi, também, partindo desta preocupação que surgiu o projeto “Circuito de Aldeia”, um exemplo do turismo pedagógico em contexto rural.

Segundo B. Nico (2004)³¹:

“A aprendizagem, numa perspetiva comunitária, assume uma dimensão interpessoal, uma vez que os objetivos e motivações individuais se equivalem aos interesses da comunidade. Aprende-se, não só como consequência das necessidades de desenvolvimento pessoal e de enriquecimento individual, mas também e principalmente por necessidade de garantir a sobrevivência da comunidade a que se pertence, no momento histórico e nas circunstâncias em que se vive.” (p.2)

O projeto “*Circuito da Aldeia*” foi criado em 2009 e tem a finalidade de organizar visitas de estudo destinadas a alunos dos Jardins-de-Infância e dos ensino Básicos e secundário, bem como o público adulto e sénior, para que os mesmos possam sentir e vivenciar o dia-a-dia de uma aldeia e desfrutar da ruralidade. Este projeto desenvolve-se com a participação de voluntários, residentes na freguesia que fazem uma demonstração da sua arte, profissão e saberes. Nestas visitas, os participantes entram em contacto com os animais na capoeira, ajudam a cuidar da horta, visitam a adega, o artesanato, a natureza, fazem alguns jogos tradicionais e, no final, podem ainda degustar uma das maiores riquezas do Alentejo onde não falta o pão e a açorda (sopa alentejana), tal como podemos ler, de seguida, na descrição que consta na página de internet da instituição promotora do projeto:

“Circuito De Aldeia: Um Itinerário De Aprendizagem

Os territórios de matriz marcadamente rural são, na atualidade, autênticas reservas de um património cultural em acelerado processo de mudança e de perda.

Baseada numa estreita relação com o território, a cultura característica do mundo rural assume, nas suas diferentes manifestações, peculiaridades específicas dos ambientes geográficos, sociais, etnográficos e humanos em que se encontra mergulhado. A agricultura familiar e de subsistência, a pequena indústria artesanal, o comércio de proximidade, a presença ativa e significativa das instituições, a relação de vizinhança daqueles que se relacionam diariamente, a natureza envolvente e a pequena escala de todas as dimensões da vida, fazem com que os territórios rurais continuem a ser espaços e tempos vitais de características únicas.

Num mundo cada vez mais urbano, as aprendizagens dos mais jovens contempla, cada vez menos, a presença daqueles contextos de pequena escala

³¹ <http://www.bravonico.com/docs/005.pdf>

*e de grande proximidade humana e relacional. É neste quadro de pensamento que surge o projeto do Circuito de Aldeia, como uma oportunidade de aprendizagem do mundo rural destinada a todos os jovens, e respetivos pais e professores, que pretendam conhecer e experimentar as vivências únicas das pequenas comunidades rurais.*³²

Todos públicos são, de uma forma, ou de outra, especiais e com características distintas, sendo que o interesse por roteiros/percursos pedagógicos tem vindo a aumentar cada vez mais no nosso país, em especial, na última década. Isso verifica-se, também, na agroindústria que está a criar e a adaptar espaços destinados a implementar atividades de foro pedagógico.

3.3 – Os Roteiros Pedagógicos no ramo agroalimentar na Região Alentejo

Neste sub-capítulo, começamos por apresentar uma breve caracterização social e económica da Região Alentejo, seguindo-se uma descrição sucinta de três empresas promotoras de roteiros pedagógicos na região Alentejo (Delta Cafés; Carmim e Sovena/Oliveira da Serra).

3.3.1 – Caracterização social e económica da Região Alentejo

O Alentejo, região centro sul de Portugal, compreende, integralmente, os Distritos de Portalegre, Évora e Beja; metade sul do Distrito de Setúbal e parte do Distrito de Santarém. É uma das NUTS II de Portugal e é a maior região de Portugal, em termos territoriais. No entanto, do ponto de vista demográfico, é a região com menor densidade populacional.

O Alentejo é a maior NUTS II³³ de Portugal, ocupa uma área de 31.550,9 km², o que representa 34,3% do território nacional. A integração da NUTS III Lezíria do

³² <http://www.suao.pt/actividades13.htm>

³³O Decreto-Lei n.º 46/89 definiu os três níveis da Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS) para as unidades territoriais portuguesas:

NUTS 1 - constituído por três unidades, correspondentes ao território do continente e de cada uma das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira; **NUTS 2** - constituído por sete unidades, das quais cinco no continente e os territórios das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira; **NUTS 3** - constituído por 25 unidades, das quais 23 no continente e 2 correspondentes às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. Estes níveis designam as sub-regiões estatísticas em que se divide o território português, de acordo com o Regulamento (CE) n.º 1059/2003 do Parlamento Europeu e do Conselho de 26 de Maio de 2003 .

Tejo, na NUTS II Alentejo, fez aumentar em 4.275,1 km² (+15,7%) a dimensão da região. Com esta integração, a NUTS II Alentejo passou a ser composta por 5 NUTS III: Alentejo Central, Alto Alentejo, Baixo Alentejo, Alentejo Litoral e Lezíria do Tejo. O Baixo Alentejo é a área mais extensa com um total de 8.542 km².

Assim sendo, a região Alentejo ocupa um terço da área continental portuguesa. Em termos populacionais, com 757.302 residentes, o Alentejo representa 7% da população nacional (51,6% mulheres e 48,4% homens), com uma tendência demográfica decrescente³⁴, conforme se observa no gráfico seguinte:

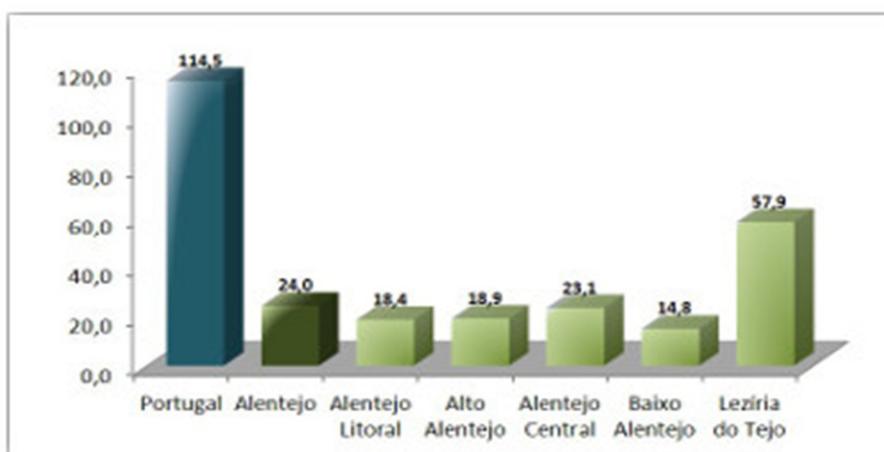


Figura 4 – Gráfico da Densidade Populacional da Região Alentejo³⁵

Sendo uma região caracterizada por um povoamento concentrado, em que a grande maioria da população residente se localiza nas sedes de concelho, a ruralidade do Alentejo afirma-se nos seus 23,9 hab/km² de densidade populacional, cerca de cinco vezes inferior aos 114,3 hab/km² de Portugal, o que faz com sejam necessárias tomar algumas medidas tendo em conta os desafios que se impõem no desenvolvimento da região.

Segundo o Relatório da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional (2014):

³⁴ Segundo dados do INE tendo em conta os Censos 2011.

³⁵ Fonte: INE, Censos 2011

“As estimativas apontam para a continuação do decréscimo populacional no Alentejo nos próximos anos e revelam o decréscimo acentuado da população jovem e o aumento da população idosa, com consequências nas dotações regionais de população ativa e grande pressão nos serviços de ação social e de saúde. A capacidade de produção regional, aferida em termos grosseiros pelo PIB, é equivalente ao seu peso populacional, representando aproximadamente 6,5% do PIB nacional.”³⁶ (p. 18)

O Alentejo apresenta condições naturais propícias para o desenvolvimento de atividades várias, nomeadamente na área da agricultura, da agroindústria, pecuária e floresta, na exploração de recursos geológicos e minerais (pirites, mármore, águas, granitos, entre outros) e por conseguinte na área do turismo assente no património natural, paisagístico, cultural e agroturismo. Estas atividades, que tradicionalmente caracterizam o Alentejo, têm sido complementadas por novas dinâmicas empresariais assentes na produção e no desenvolvimento agrícola, nomeadamente na olivicultura e vinicultura.

Esta realidade é refletida na distribuição do VAB³⁷ pelos principais sectores de atividade, o sector “Agricultura e Pescas”. “ (...) aproximadamente 9% do VAB total da região, e sendo responsável por 10% do emprego existente na Região. Este setor caracteriza-se por um tecido empresarial que representa cerca de 19% das empresas da Região (micro e pequenas empresas) e que detém, em média, 2 pessoas ao serviço, sendo as NUT III Alentejo Litoral e Baixo Alentejo as que mais contribuem para a expressividade do setor ao nível regional. De destacar, também, a importância que o sector “Indústria e Comércio” assume nas NUTS III Alentejo Litoral com 42%, secundado pelo Baixo Alentejo, com 31%, mostrando a diversificação da atividade económica patente nestas NUTS III. Mais precisamente, no que se refere à Indústria Transformadora, este setor é responsável por cerca de 21% do VAB Regional, com preponderância para as indústrias alimentares que representam cerca de 30% do total de empresas industriais da Região e empregam 34% total do pessoal ao serviço.”³⁸

³⁶ In relatório (CCDR Alentejo_julho2014).

³⁷ Valor acrescentado bruto (VAB) é o resultado final da atividade produtiva no decurso de um período determinado.

³⁸http://webb.ccdr-a.gov.pt/docs/ccdra/alentejo2020/EREI_Alentejo_12julho.pdf

De salientar que o desenvolvimento da região se deve cada vez mais às excelentes condições naturais e morfológicas da região que são enaltecidas graças ao grande empreendimento de Alqueva que veio contribuir para o crescimento e para a implementação da indústria agroalimentar, pois sem água não existiriam condições para o desenvolvimento da agricultura de regadio numa região que se caracteriza por um clima quente e seco.

As três áreas do ramo agroalimentar mais relevantes e objeto do nosso estudo são o café, o vinho e o azeite.

3.3.2 – Os Roteiros Pedagógicos da “DELTA Cafés”, “CARMIM” e “SOVENA/Oliveira da Serra”

Para a realização deste estudo, foi feito o levantamento de todas as empresas da Região Alentejo, inseridas na indústria agroalimentar (até Julho de 2015). Através desse levantamento, foram identificadas 772 empresas (cf. Anexo 16).

Para o nosso estudo empírico foram selecionadas três dessas empresas, uma por cada distrito e de ramos de atividade distintos, conforme se descreve no capítulo IV deste trabalho.

Propomo-nos, de seguida, identificar e caracterizar as três empresas integradas na nossa investigação.

3.3.2.1 – Empresa DELTA Cafés (Campo Maior)

Segundo informações recolhidas durante a visita à Delta Cafés e que constam no site da própria empresa, Rui Nabeiro, um conhecedor e expert do mercado do café, como empreendedor, decidiu, em 1961, criar a sua própria marca de cafés.



Figura 5 –Logotipo da Delta Cafés

Tudo começa com a história do café no ano de 575 D.C.

“A PLANTA DO CAFÉ É ORIGINÁRIA DA ETIÓPIA. USADA COMO ALIMENTO, É EM 575 D.C. QUE PASSA A SER CULTIVADA PELOS ÁRABES COM O OBJECTIVO DE A UTILIZAREM NA PREPARAÇÃO DE UMA BEBIDA. SEGUNDO AS PRIMEIRAS REFERÊNCIAS, O CAFÉ FOI CLASSIFICADO NA FAMÍLIA DOS EVÓNIMOS E LOGO DEPOIS NA FAMÍLIA DOS JASMIN. MAIS TARDE, O CAFÉ FOI INCORPORADO POR LINNEO E, POSTERIORMENTE POR DE JUSSIE, COMO PERTENCENTE À FAMÍLIA DAS RUBIÁCEAS, GÉNERO COFFEA. A HISTÓRIA MAIS GENERALIZADA ATRIBUI A DESCOBERTA DAS PROPRIEDADES DO CAFÉ A UM PRIOR DE UM MOSTEIRO CRISTÃO, NO QUAL UM PASTOR DE CABRAS, DE NOME KALDI, SE TERIA APERCEBIDO DE QUE OS ANIMAIS CONFIADOS À SUA GUARDA, APÓS HAVEREM COMIDO DE “UMA CERTA PLANTA” NÃO PODIAM CONCILIAR O SONO E FICAVAM EM GRANDE AGITAÇÃO. O PRIOR CERTIFICOU-SE DO FACTO E UTILIZANDO OS GRÃOS DESSA PLANTA FEZ BEBER A DECOCÇÃO OBTIDA AOS SEUS MONGES, OS QUAIS, GRAÇAS A ELE, FICAVAM MAIS DESPERTOS DURANTE OS OFÍCIOS RELIGIOSOS DA NOITE.”

(Filme: Centro de Ciência Viva do Café)³⁹

A origem da empresa começa na vila alentejana de Campo Maior, de onde é natural Rui Nabeiro, num pequeno armazém com 50 metros quadrados e sem grandes recursos. O início da atividade fez-se com apenas duas bolas de torra de 30 kg de capacidade.



Figura 6 – Comendador Rui Nabeiro

³⁹ <http://www.deltacafes.pt/pt/o-cafe/historia>

A partir da segunda metade dos anos 70, a estrutura comercial da Delta Cafés consolidou-se, adaptando-se às novas exigências do mercado com o desenvolvimento de novos produtos e serviços de qualidade global.

É neste contexto que surge, em 1984, a separação da atividade comercial, assegurada pela empresa Manuel Rui Azinhais Nabeiro Lda., da atividade industrial, desenvolvida pela Novadelta S.A., a primeira empresa certificada neste setor, em 1994.

Este percurso evolutivo culminou, em 1998, na reestruturação do Grupo Nabeiro/Delta Cafés, dando origem à criação de 22 empresas, organizadas por áreas estratégicas para o reforço da atividade principal do grupo. Verificou-se, ainda, a implementação do SAP (software de gestão empresarial), como plataforma do sistema de informação de gestão.

Tal como já foi referido anteriormente, a missão do Grupo DELTA assenta no modelo de gestão de Rosto Humano, sendo este o ADN da empresa



Figura 7 – Organograma do Grupo DELTA⁴⁰

Atualmente, a empresa possui um volume de vendas na ordem dos 260 milhões de euros por ano, tornando-a a maior empresa do ramo do café do país e uma das maiores da Europa.

⁴⁰<http://www.delta-cafes.pt/pt/empresa/historia/universo-delta>



Figura 8 – História da Delta em números 1⁴¹

Cerca de 25% do volume de negócios da empresa, deve-se à exportação, sendo a vizinha Espanha um dos grandes mercados. Neste momento, a empresa dá emprego a mais de 3000 colaboradores.

A empresa está presente em 35 países, de entre os quais se destacam os países de língua oficial portuguesa.



Figura 9 – História da Delta em números 2⁴²

O Centro de Ciência do Café⁴³, criado em 2011, foi escolhido como uma das instituições participantes neste trabalho, tendo em conta que é um espaço com características únicas e tem como objetivo reunir todas as temáticas relacionadas com o café.

Com este projeto, a Delta Cafés ultrapassa completamente o conceito tradicional de museu, transformando-o numa oferta cultural, turística e pedagógica na região onde se insere.

⁴¹ <http://www.delta-cafes.pt/pt/empresa/historia/universo-delta>

⁴² <http://www.delta-cafes.pt/pt/empresa/historia/universo-delta>

⁴³ <http://centrocienciacafe.com/centro/factos>



Figura 10 – Logotipo do Centro de Ciência do Café

Segundo informações disponibilizadas no Centro de Ciência do Café⁴⁴, este define-se como:

“O Centro de Ciência do Café – Centro de Interpretação, Divulgação Científica e Tecnológica e Promoção Turística da Delta – tem por objetivo proporcionar, a quem o visita, uma viagem interativa ao mundo do Café, viagem essa que se traduzirá num maior e mais rico conhecimento sobre este produto. O espaço, que pretende ser didático, cultural e científico, onde os visitantes podem encontrar respostas às mais diversas questões relacionadas com o café, interagindo com equipamentos e exposições, foi pensado e criado para promover e valorizar o património cultural português, em geral, e o acervo relacionado com o café em particular.” (<http://centrociencia cafe.com>)

A seleção desta empresa, no presente estudo, justifica-se pela importância que a mesma tem na região onde está inserida e pela sua componente educativa e pedagógica existente no Centro de Ciência do Café.

3.3.2.2 – Empresa CARMIM - Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz

Historicamente, a origem do vinho não tem uma data precisa. Sabe-se que nasceu antes da escrita, daí que não existam quaisquer referências cronológicas. Segundo os enólogos, o vinho surgiu por acaso com o

⁴⁴ <http://centrociencia cafe.com/centro/factos>

esquecimento de algumas uvas dentro de um recipiente que, com o tempo, começaram a fermentar. Existem algumas referências que apontam a Geórgia como o local onde se produziu vinho pela primeira vez porque, nas imediações, foram encontradas grainhas que datam entre 7000 a.c. e 5000 a.c.⁴⁵

A origem do vinho dá-se com a evolução económica, social e cultural de várias civilizações. A sua importância é tanto histórica como religiosa. Cada cultura conta de uma forma diferente a origem do vinho, por exemplo, os cristãos apoiados pelo Antigo Testamento, defendem que foi Noé quem plantou as primeiras vinhas e produziu o primeiro vinho do mundo.

A nobreza e o misticismo que envolvem o vinho é incomparável a qualquer outra bebida criada pelo ser humano. Tal como são incomparáveis, as características que o Alentejo possui, para a produção deste néctar dos deuses.

A CARMIM, sendo uma das empresas escolhidas para este estudo, é uma empresa com grande expressividade no Distrito de Évora na produção e comercialização de vinhos e azeites, tendo em conta que o seu negócio mais preponderante se centra nos vinhos.



Figura 11 – Logotipo da CARMIM

Segundo informações recolhidas, durante uma visita às instalações da empresa, ficou-se a saber, um pouco da história do nascimento da CARMIM.

Em Novembro de 1962, um grupo de pequenos e médios viticultores da região, insatisfeitos com os preços a que as uvas lhe eram pagas e conhecedores de que os vinhos produzidos, que sabiam ser de boa qualidade, apareciam no mercado misturados com outros que os adulteravam e os desprestigiavam, resolveram unir-se e formar uma Adega Cooperativa. Assim, 12 sócios, na altura,

⁴⁵ https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_do_vinho

fundam a Adega Cooperativa de Reguengos de Monsaraz, C.R.L., com sede em Reguengos de Monsaraz.

Mais tarde, em Março de 1971, a designação é alterada para Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz, C.R.L., já com 60 sócios e foram criadas as secções de Compra e Venda, Vitivinícola, Olivícola e de Vinicultura. Em 1991, a adega foi modernizada tecnologicamente com vista a uma maior eficácia na produção. Em 1997, avançou a modernização tecnológica do pavilhão de engarrafamento e, em 1998, a 3 de Novembro foi inaugurado o novo pavilhão de engarrafamento. Assim, é demarcada a evolução da cooperativa que até aos dias de hoje se esforça por acompanhar e fazer face à evolução e às exigências dos clientes e da concorrência no setor.

Sem nunca ficar parada a cooperativa continuou sempre com a sua atividade, só em Dezembro do ano 2000, a CARMIM registou um volume de vendas de 28,6 milhões de euros (5,7 milhões de contos), 8% eram provenientes da exportação, um total de 958 associados, e 3.478,5 ha de área de vinha.

A 13 de Julho, foi inaugurado o Enoturismo⁴⁶ da CARMIM, tornando-se um espaço capacitado para receber num ambiente acolhedor e requintado, os visitantes. Inicia-se, entretanto, a construção do edifício administrativo e a modernização tecnológica da Adega de Vinho Regional. Construído dentro do parque agroindustrial, este passo marca um regresso às origens da Cooperativa, que começou por ter os escritórios dentro da própria adega.

De referir o conceito de **enoturismo** que, tradicionalmente, consiste na visita a vinhas, estabelecimentos vinícolas, festivais de vinho, espetáculos de vinho, onde a motivação principal da visita é a prova dos vinhos das regiões. Outros objetivos se poderão integrar no conceito, tal como o contacto direto e o conhecimento do património paisagístico e arquitetónico relacionados com a cultura da vinha e a produção de vinhos.

Alguns dos enoturistas interessam-se pelo conhecimento do património natural e cultural associado à vinha e ao vinho, sobretudo quando o destino turístico

⁴⁶ Enoturismo é uma atividade turística que se baseia na apreciação do sabor e aroma dos vinhos e das tradições culturais das localidades onde se produz.

comporta uma cultura ancestral ligada a este sector. Para estes enoturistas, o contacto direto com o património rural de um determinado país ou região constitui, só por si, um objetivo essencial da visita, relacionados com a cultura da vinha e a produção de vinho.

O enoturismo terá, também, como objetivo fundamental a promoção do desenvolvimento regional numa perspetiva económica, social, cultural e ambiental. O enoturismo é um tipo de produto turístico inserido, simultaneamente, no turismo em espaço rural, no turismo de natureza e turismo cultural, assumido também a forma de rotas dos vinhos. Em Portugal, as rotas dos vinhos constituem, atualmente, a face mais visível do enoturismo. As rotas dos vinhos são um produto turístico cujo objetivo essencial é o da promoção e divulgação do vinho produzido numa região demarcada específica.

Atualmente, a CARMIM detém sete marcas e é uma empresa que se encontra sediada numa região considerada com as condições ideais para a produção de vinhos de grande qualidade sendo a principal empresa do concelho de Reguengos de Monsaraz e um dos principais motores de desenvolvimento económico-social da região.

Graças à construção da barragem do Alqueva, o concelho de Reguengos de Monsaraz, assim como outros concelhos limítrofes, tem sido alvo de uma procura crescente por parte de visitantes e turistas, daí a necessidade da reestruturação profunda ao nível de infraestruturas turísticas e do surgimento de empresas ligadas ao agroturismo e a operadores turísticos.

A CARMIM, por sua vez, e com o forte impacto que tem na região, tem vindo a dinamizar algumas atividades, e possui pretensões de crescer ainda mais, sendo o Enoturismo um vetor importante e que já é uma referência na Rota do Alentejo.

Sendo a CARMIM uma empresa constituída essencialmente por pessoas, atualmente, o universo ronda os 900 associados, o que reflete a representatividade do tecido agroempresarial da região de Reguengos de Monsaraz.

O mercado internacional também assume uma importância com uma tendência crescente tendo a empresa o objetivo de reforçar a posição nalguns mercados estratégicos e entrar em países onde ainda não estão presentes.

De salientar que a vertente do Enoturismo, na CARMIM, surge com o objetivo de apresentar um dos produtos mais importantes da Agricultura Alentejana, de uma forma bastante sociável, informativa e degustativa e, ao mesmo tempo, é um vetor fundamental na oferta Turística Alentejana. O objetivo é que, quando se visita a CARMIM, o cliente ou turista possa testemunhar a dimensão da cooperativa e, ao mesmo tempo, assistir ao processo de produção de vinho e fazer uma degustação no final.

O aumento do Turismo de negócios também fez com que a Carmim tenha investido em infraestruturas e equipamentos tecnológicos necessários numa empresa/cooperativa que se identifica como das mais expressivas em termos económicos da região.

A escolha da CARMIM para integrar este estudo, prende-se, em primeiro lugar, pela importância que a empresa representa na região e, em segundo lugar, porque a mesma criou um espaço e condições, com o objetivo de dar a conhecer aos visitantes todo o processo de realização de um bom vinho, desde a vinha até ao copo.

Tal como revela a apresentação da vertente Enoturismo da CARMIM na sua página on-line⁴⁷:

“A nobreza e o misticismo que envolvem o vinho são incomparáveis a outras bebidas criadas pelo ser humano. Tal como são incomparáveis as características que o Alentejo possui de forma a este néctar dos deuses seja produzido. Se a estas características juntarmos o ambiente relaxante e tranquilo do Alentejo profundo, surge o Enoturismo da CARMIM. “

⁴⁷ <http://www.carmim.eu/enoturismo/enoturismo-carmim/>

3.3.2.3 – Empresa SOVENA/Oliveira da Serra (Ferreira do Alentejo)

Segundo dados históricos a SOVENA deriva da antiga e extinta CUF – Companhia União Fabril, tal como descreve o site da empresa:

“Tudo começou nos finais do século XIX... Pelas mãos de Alfredo da Silva, o maior industrial português, nasce o primeiro grupo industrial, comercial e financeiro de Portugal - a Companhia União Fabril, CUF.”... “Foi um grupo, entre muito poucos, capaz de sobreviver a duas grandes guerras mundiais, pela iniciativa, coragem, perspicácia e tenacidade de Alfredo da Silva. No entanto, em Abril de 1974, a instabilidade social e política causada pelo fim da ditadura em Portugal, representou o fim da CUF, o fim de um grupo de sucesso.”... “com o regresso da estabilidade social e política no país nos finais do séc. XX, Jorge de Mello e José Manuel de Mello levaram a cabo a reconstrução do grupo. Foi então na década de 80 que Jorge de Mello reentra no mercado português pela aquisição da Sociedade Alco, Algodoeira Comercial e Industrial, e cuja área de negócio era a extração, refinação e embalamento de óleos alimentares. Adquiriu também a Fábrica Torrejana de Azeites, em Torres Novas.”... “O ano de 2008 começa com a reestruturação e unificação da identidade e imagem do, até então, grupo Alco e respetivas empresas, passando este a denominar-se Sovena Group, com 4 unidades de negócio distintas (Biodiesel, Agriculture, Oilseeds e Consumer Goods).”⁴⁸



Figura 12 – Logotipo da Sovena

A Sovena foi uma das empresas criadas em 1956, numa parceria entre a CUF, a Macedo e Coelho e a Sociedade Nacional de Sabões. Atualmente pertence ao Grupo Nutrinveste, que detém as marcas de azeite Oliveira da Serra em Portugal e Andorinha no Brasil, através da Elaia, uma joint-venture⁴⁹ entre a Nutrinveste e a Atitlan. A Sovena tem o maior lagar de azeite do País, com mais de 5.500m²

⁴⁸ <http://www.sovenagroup.com/pt/group/mundo/historia>

⁴⁹ **Joint venture** é uma expressão de origem inglesa, que significa a **união de duas ou mais empresas** já existentes com o objetivo de iniciar ou realizar uma **atividade económica comum**, por um determinado período de tempo e visando, dentre outras motivações, o lucro.

e uma capacidade de extração de 8 Milhões litros/ano a que corresponde um investimento de 9 milhões de euros

O novo lagar, cofinanciado pelo PRODOR, assume-se como um dos investimentos agrícolas mais relevantes e simbólicos de Portugal realizados nos últimos anos. Nos últimos 20 anos, o olival em Portugal atingiu os níveis máximos de abandono e para contrariar esta tendência, a Sovena, através da *joint-venture* Elaia, apostou fortemente no olival português ao iniciar um projeto de aquisição e plantação de cerca de 10.000 ha de olival português e 10 milhões de oliveiras.

Situado em Ferreira do Alentejo, o Lagar do Marmelo, veio a criar cerca de 200 postos de empregos diretos, para além de servir as necessidades de produção da empresa beneficiando diretamente as suas marcas de azeite.

O Lagar está equipado com modernas linhas de extração para garantir as melhores características organoléticas (sabor e aroma) do azeite e uma moderna zona de armazenagem, tanques em inox com temperatura e ambiente controlados, de modo a conservar toda a qualidade do azeite.

Com assinatura do arquiteto Ricardo Bak Gordon e construído pela Construsan, o Lagar do Marmelo é uma referência da nova era de azeites em Portugal. É, simultaneamente, um edifício funcional e simbólico que representa o expoente máximo da tecnologia ao serviço da qualidade do azeite e do *design* como forma de homenagear o olival português.

Em Portugal, Oliveira da Serra é a marca mais emblemática da Sovena e a que mais beneficia com estes investimentos. É a marca que tem liderado a inovação nos azeites em Portugal e que se consagrou em 2009 como a marca líder no consumo dos lares portugueses.



Figura 13 – Logotipo da marca "Oliveira da Serra"

Para produzir um produto de qualidade, existem preocupações inerentes à produção, nomeadamente, em termos de ambiente e sustentabilidade. Tendo em conta estes pressupostos, o Lagar do Marmelo está preparado para ter o menor impacto possível no ambiente.

Para além da função para o qual foi construído, o Lagar do Marmelo é um ponto de apoio à investigação e desenvolvimento, integrando projetos experimentais com vista ao desenvolvimento de novos métodos de produção, melhorias ambientais, etc. Para tal foram estabelecidos protocolos com entidades do sistema científico e tecnológico (SCT), nomeadamente com o Instituto e Biologia Experimental e Tecnológica (IBET) e com a Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa (FFUL).

Por último, o Lagar do Marmelo funciona como polo cultural da região com o seu espaço multiusos no qual são partilhados conhecimentos e experiências através de exposições, e degustações de azeite. É também um local propício a visitas de estudo e de turismo, dando a conhecer a nova cultura da azeitona e a nova geração de azeite.



Figura 14 – Lagar do Marmelo

A visita ao Lagar do Marmelo termina com uma degustação de azeites Oliveira da Serra, acompanhados com pão alentejano, sendo que os azeites não são todos iguais é uma forma de distinguir os diferentes aromas e sabores.

Por exemplo, para saber saborear ou degustar convenientemente os azeites, há que saber identificar os quatro principais aromas presentes, ou seja, os azeites

podem ser doces, amargos, frutados e picantes, dependendo da sua maturidade e da variedade das azeitonas.

Com a degustação que é proporcionada aos visitantes, os mesmos conseguem diferenciar os aromas e as diferenças existentes de azeite para azeite, o que resumindo é uma aprendizagem que os mesmos fazem durante o percurso/visita.

Os olivais da Oliveira da Serra são, efetivamente, olivais modernos, ao contrário dos olivais tradicionais que, muitas vezes, existiam como complemento a áreas de pastagem, tendo como único objetivo a produção de azeitona para fazer azeite. Nos olivais modernos, as oliveiras são plantadas próximas umas das outras e dispostas geometricamente em fila ou carreirinha. É esse tipo de plantação que permite que a apanha seja feita segundo avançados métodos que, ao contrário do tradicional varejamento, salvaguardam a integridade das árvores e das azeitonas dando origem a azeites de maior qualidade.



Figura 15 – Olival

A marca Oliveira da Serra está presente, hoje, em vários mercados. Inicialmente, mais orientada para o “mercado da saúde” e PALOP’S e, mais recentemente, para mercados distantes como a Rússia e a China. O crescente reconhecimento que os azeites têm tido em concursos internacionais tem sido um importante cartão-de-visita e um dos motivos de expansão da marca.

Oliveira da Serra por ser a marca que mais apostou no azeite em Portugal - plantando o maior olival do Mundo, que tem hoje mais de 10.000.000 de oliveiras -, contribuiu para que Portugal aumentasse a sua importância no mercado mundial de azeite.

É fundamental para uma empresa desta dimensão, que mostre aos consumidores/visitantes todo o processo de produção do azeite, desde a apanha da azeitona, até que o azeite chega à mesa.

Existe cada vez mais a curiosidade da parte dos visitantes em saber como tudo funciona. Os visitantes pretendem conhecer um pouco mais acerca da olivicultura e, segundo as estatísticas da própria empresa, são maioritariamente fora da região (cerca de 70%). De entre os públicos que procuram a empresa, destacam-se os estudantes que querem conhecer a realidade da produção do azeite, os casais e famílias (que estão de viagem e aproveitam para visitar), e agentes turísticos que já colocam este espaço como ponto de referência nos seus roteiros.

Tendo em conta que o nosso estudo pretende analisar a importância e o impacto das indústrias agroalimentares, neste caso, dos azeites Oliveira da Serra, na região Alentejo e a sua contribuição para a criação de um roteiro pedagógico, foi facultado, pela própria empresa, os guiões de visita ao Olival⁵⁰, ao Lagar⁵¹, e ainda os guiões que servem de suporte às visitas escolares do 1º e 2º ciclo do ensino básico⁵² e um outro guião para o 3º ciclo⁵³.

Estes guiões revelam a preocupação da empresa em ter informação alinhada e adequada para apoiar e suportar as visitas às instalações Lagar do Marmelo, assim como os olivais da Oliveira da Serra, sendo que o discurso é adaptado consoante o tipo de público.

Uma viagem ao mundo do azeite é assim que se iniciam as visitas guiadas, uma forma de mostrar aos clientes e visitantes como se fazem os azeites da Oliveira da Serra, passando por os pontos de maior interesse:

- Lagar Oliveira da Serra;
- Barragem do Marmelo;

⁵⁰ Anexo 12

⁵¹ Anexo 11

⁵² Anexo 13

⁵³ Anexo 14

- Olivais Modernos (sistema intensivo e sistema super intensivo).

Quem visita a Herdade do Marmelo, em Ferreira do Alentejo, tem acesso a todas estas dinâmicas. Quando o visitante termina a sua “viagem” tem a oportunidade de adquirir conhecimentos e informações que lhe permitirão explorar de forma mais eficaz a sua seleção de azeites.

A Marca Oliveira de Serra é, efetivamente, a marca de azeites com maior expansão a nível nacional e a conquista do mercado nacional e internacional fez com que houvesse uma transformação positiva no mundo do azeite português. Todos estes factos estiveram na base da integração desta empresa neste estudo.

PARTE II: Abordagem Metodológica

Capítulo IV – Estudo Empírico

O nosso estudo visa identificar e descrever os Roteiros Pedagógicos, no ramo agroalimentar, em empresas que promovem a aprendizagem não formal, através de circuitos educativos, destinados a crianças, jovens e adultos.

Neste capítulo, propomo-nos descrever e justificar os procedimentos metodológicos no estudo, nomeadamente: a justificação do objeto de estudo; a natureza do estudo; a questão de partida e objetivos; o contexto e participantes no estudo; os procedimentos metodológicos; os instrumentos de recolha de dados e as técnicas de análise de dados.

4.1 – Justificação do objeto de estudo

O objeto de estudo da presente pesquisa circunscreve-se à identificação e descrição dos Roteiros Pedagógicos no ramo agroalimentar na Região Alentejo, em três empresas diferenciadas, entre si na área de produção (o Café, o Vinho e o Azeite).

As razões que determinaram o nosso interesse por esta temática são de natureza pessoal e profissional.

Atualmente, na minha atividade profissional, desempenho funções de relações públicas numa empresa de produção de Azeites, tendo vindo a desenvolver e a adaptar um roteiro pedagógico na empresa. O objetivo é chegar o mais próximo possível dos visitantes, para que os mesmos compreendam todo o processo de produção de azeite, desde a natureza à mesa, passando pelas várias fases de produção.

A transmissão da informação tem de ser feita de forma adequada e eficaz. Neste sentido, devido à inexistência de estudos dentro desta temática, e após os conhecimentos científicos adquiridos nas aulas de Mestrado em Ciências da Educação (especialização em Educação Comunitária), definiu-se o tema a investigar, que se ajusta ao interesse pessoal e profissional.

O presente trabalho de investigação enquadra-se na linha do ensino-aprendizagem em ambientes e contextos diversificados, nomeadamente o ambiente de educação não formal, em contexto agroalimentar.

4.1.1- Natureza do estudo

Tendo em conta a questão de partida e os objetivos do estudo, a natureza da metodologia utilizada na presente investigação assumiu um paradigma qualitativo. O paradigma qualitativo traduz-se na análise indutiva dos dados com a qual, partindo de casos particulares, são retiradas conclusões gerais e valorizado o estudo das perceções pessoais (Sousa, 2005, p. 31).

Propusemo-nos desenvolver, desde o início, um **estudo exploratório**, de forma a obter uma visão geral acerca dos roteiros pedagógicos da indústria agroalimentar no Alentejo e ser um ponto de partida para outras abordagens futuras.

4.2 - Questão de partida e os objetivos da investigação

No projeto assumimos a seguinte **questão de partida**:

- Como foram desenhados e são concretizados os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo?

Na sequência daquela questão de partida, definimos **dois objetivos gerais**:

- Identificar instituições/empresas do ramo agroalimentar do Alentejo que implementam roteiros pedagógicos;
- Descrever eventuais modelos didáticos implementados em roteiros pedagógicos desenvolvidos na indústria agroalimentar do Alentejo.

Decorrendo das premissas, anteriormente apresentadas, definiram-se os seguintes **objetivos específicos**:

- Identificar as empresas do ramo agroalimentar do Alentejo que promovem Roteiros Pedagógicos;
- Descrever os objetivos das empresas agroalimentares na criação dos Roteiros Pedagógicos;
- Conhecer as estratégias educativas/pedagógicas implementadas no âmbito dos Roteiros Pedagógicos;
- Identificar o público-alvo dos Roteiros Pedagógicos;
- Caracterizar os Roteiros Pedagógicos das empresas do ramo agroalimentar.

4.3– Contexto e participantes no Estudo

A delimitação do estudo circunscreve-se, como já foi referido, à região Alentejo, onde, na última década, surgiram alguns roteiros pedagógicos, resultado do desenvolvimento e da forte evolução da indústria agroalimentar, nomeadamente na área dos azeites, vinhos, frutas, plantas aromáticas e medicinais, entre outras.

Tal como já foi referido anteriormente (capítulo 3.3.2), foi efetuado o levantamento das empresas da Região Alentejo, inseridas no ramo da indústria agroalimentar, através da recolha e consulta de dados fornecidos e disponíveis na página do INE (Instituto Nacional de Estatística), da CIP (Confederação Empresarial de Portugal) e do site da Agrogestão.

O levantamento das empresas do ramo agroalimentar foi efetuado em julho de 2014.

Das cerca de 15.000 empresas registadas na região (INE, 2011) foram identificadas 772, distribuídas territorialmente em 3 distritos do Alentejo (Évora, Beja e Portalegre) e com um ramo de atividade enquadrado nas fileiras de produção e comercialização de vinho, café e azeite.

A maior incidência de empresas verifica-se no Distrito de Évora com um total 390, o que corresponde a metade das empresas de toda a região Alentejo,

seguido do Distrito de Beja, com 249 empresas e o Distrito de Portalegre com 133 empresas.

Quadro 1: Empresas agroindustriais nas fileiras de produção do vinho, café e azeite, na região Alentejo

<i>Fileira</i>	<i>Distritos</i>			
	<i>Évora</i>	<i>Beja</i>	<i>Portalegre</i>	
<i>Vinho</i>	328	117	68	513
<i>Azeite</i>	61	131	51	243
<i>Café</i>	1	1	14	16
<i>Total</i>	390	249	133	772

Fonte: Elaboração Própria (dados do INE, 2011)

De acordo com os dados recolhidos, podemos concluir o seguinte:

- i) 66,4% das empresas integram o setor do vinho; 31,5% a fileira do azeite e 2,1% a fileira do café;
- ii) Em termos de distribuição territorial no Alentejo, metade do número total das empresas identificadas localizam-se no distrito de Évora (50,5%), predominando o setor do vinho, seguindo dos distritos de Beja (32,3%), com predominância no setor do azeite e Portalegre (17,2%), onde o setor do café tem mais predominância.

Foi selecionada uma empresa do ramo do vinho do Distrito de Évora, no Distrito de Beja, selecionou-se um empresa do ramo do azeite e no Distrito de Portalegre foi selecionada uma empresa do ramo do café, sendo estas as produções predominantes em cada um dos distritos intervenientes neste estudo.

Na produção de vinho, o distrito de Évora é o que mais produz, sendo selecionada uma empresa de vinhos do concelho de Reguengos de Monsaraz (CARMIM).

No que diz respeito à produção de azeite, é no Distrito de Beja que existe um maior número de produtores. Pelo facto, foi selecionada uma empresa do concelho de Ferreira do Alentejo (SOVENA/Oliveira da Serra).

Na produção de café, os grandes produtores e transformadores encontram-se no Distrito de Portalegre, pelo que foi selecionada a empresa DELTA Cafés, sediada em Campo Maior.

Estas empresas foram contactadas no âmbito deste estudo que, como já foi referido, pretende identificar e descrever os Roteiros Pedagógicos na Indústria agroalimentar do Alentejo. Sendo o objetivo caracterizar esses mesmos roteiros pedagógicos e que mais-valias apresentam para as empresas e aprendizagens ao longo da vida, foi construído um guião de entrevista, aplicado ao responsável pela dinamização do roteiro em cada uma das três empresas.

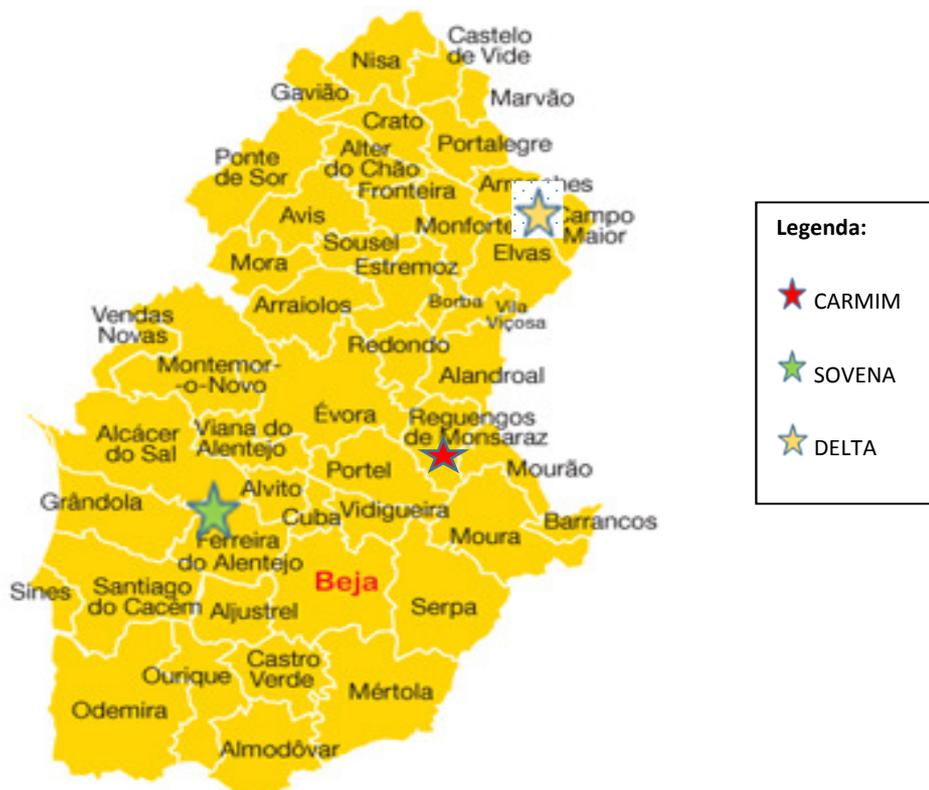


Figura 16 – Mapa da Região Alentejo (www.INE.pt)

4.4- Procedimentos metodológicos

No estudo, os procedimentos metodológicos desenvolveram-se em 4 fases distintas:

1.ª Fase – Identificação das empresas do ramo agroalimentar instaladas na região Alentejo e a partir desse levantamento identificar as que desenvolvem roteiros pedagógicos;

2.ª Fase – Seleção das empresas que implementam os roteiros pedagógicos, analisando e caracterizando, em cada uma delas, os respetivos roteiros pedagógicos;

3ª Fase - Este procedimento foi complementado com visitas às instalações das empresas, antes da aplicação das entrevistas ao responsável pela dinamização do roteiro, em cada uma das três empresas;

4ª Fase – Construção, validação e implementação dos instrumentos de recolha de dados.

A partir do levantamento de todas as empresas do ramo agroalimentar do Alentejo (e sendo esta uma região que corresponde a cerca de um terço do país em termos de área) ficámos a conhecer a rede empresarial no ramo agroalimentar, pese embora, algumas delas já estarem inativas.

4.5 – O instrumento de recolha de dados

Tendo em conta a natureza do estudo, a problemática do mesmo e a população considerada (empresas do ramo agroalimentar instaladas na região Alentejo), identificámos a entrevista semiestruturada como o instrumento de recolha mais eficaz.

A entrevista semiestruturada, sendo uma conversa exploratória com o entrevistado, tem como estrutura não ser tão rígida como a entrevista estruturada. Foi elaborado um guião que permitisse aprofundar as questões e a possibilidade de adaptação do entrevistado ao contexto do tema, permitindo uma recolha de dados mais alargada. O guião da entrevista foi fundamental para

recolha de dados qualitativos, permitindo uma análise mais profunda da temática.

Segundo Raymond Quivy e Luc Van Campenhoud (1992), as entrevistas semiestruturadas ou semidiretivas permitem que o entrevistado tenha alguma liberdade para desenvolver as respostas segundo a direção que considere adequada, explorando, de uma forma flexível e aprofundada, os aspetos que considere mais relevantes. Assim, as principais vantagens deste tipo de entrevista são: i) a possibilidade de acesso a uma grande riqueza informativa; ii) a possibilidade do entrevistador esclarecer alguns aspetos no seguimento da mesma.

De referir que a importância da entrevista semiestruturada é um instrumento de recolha de dados imprescindível neste estudo, no entanto, recorremos a outras forma de recolha de dados, nomeadamente à pesquisa documental, que permitiu recolha exaustiva de informação útil para este estudo, assim como foram tidas algumas conversas exploratórias com os intervenientes no estudo que efetivamente foram uma mais-valia.

No que concerne à construção e validação do instrumento de recolha de dados (entrevista semiestruturada) é de referir o seguinte:

i) Foi construída uma versão provisória desse instrumento (guião de entrevista), com vista a elaborar um “pré-teste”, como refere Ghiglione e Matalon (1992, p105);

ii) Quer a escolha do instrumento, quer a construção da versão provisória, foram operacionalizados com recurso ao apoio de um painel de especialistas a quem submetemos o guião da entrevista semiestruturada aplicada aos responsáveis pelos roteiros pedagógicos, em cada uma das três empresas;

iii) O painel de especialistas foi constituído por três docentes do Departamento de Pedagogia e Educação da Universidade de Évora (Professores Marília Favinha, Marília Cid e Bravo Nico).

iv) Depois de submetido o instrumento ao painel de especialistas e integradas as respetivas sugestões e críticas, foi aplicada a versão provisória do mesmo a

a indivíduos com características equivalentes aos que, posteriormente, seriam objeto da nossa inquirição;

v) Com base nas opiniões do painel e na reação dos indivíduos aos instrumentos, procedeu-se à melhoria dos mesmos, nomeadamente à redefinição das categorias do guião da entrevista;

vi) Por último, procedeu-se à construção da versão definitiva do instrumento e à consequente aplicação do mesmo.

4.6– Técnicas de análise de dados

Após a escolha do instrumento de recolha de dados, procedeu-se à aplicação das entrevistas, e consequente recolha de dados. Seguiu-se a fase de organização, tratamento e análise dos dados. A metodologia de análise da informação de natureza qualitativa (a partir das entrevistas semiestruturadas) utilizada foi a análise de conteúdo, de acordo com a técnica proposta por Bardin.

A adoção desta técnica prende-se com a intenção de uma análise explícita dos conteúdos das entrevistas para obter indicadores que nos permitam fazer tirar conclusões.

Bardin (2009) desenhou *"um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens."* (p. 44)

Seguindo o modelo proposto por L. Nico (2009, p. 242), apresenta-se, no Quadro 2, os procedimentos da investigação, tendo por base a abordagem qualitativa:

Quadro 2: Procedimentos da Investigação (Abordagem Qualitativa)

	Abordagem Qualitativa	Observações
Amostra (de conveniência)	- Responsáveis dos roteiros pedagógicos, um por cada empresa selecionada do ramo do café, vinho e azeite. (3 técnicos, um por cada empresa)	De acordo com: Bogdan e Biklen (1994)
Fontes de informação	- Sítios de internet; -Entrevistas semiestruturadas aplicadas a cada uma das três empresas (3 técnicos responsáveis pelos roteiros pedagógicos)	Empresas
Instrumento de recolha de informação	- Conversas exploratórias com os técnicos (visitas prévias); - Pesquisa documental; - Entrevista semiestruturada.	De acordo com: Raymond Quivy e Luc Van Campenhoud (1992)
Técnica de análise de informação	- Análise de conteúdo	De acordo com: Bardin (2009)

Fonte: Adaptação de L. Nico (2009, p. 242)

Capítulo V – Apresentação, análise e interpretação dos dados

Neste capítulo, propomo-nos dar a conhecer as opiniões dos promotores dos circuitos pedagógicos através da apresentação análise e interpretação dos dados recolhidos acerca dos roteiros pedagógicos concretizados nas três empresas participantes no estudo: DELTA Cafés, CARMIM e SOVENA/Oliveira da Serra.

A recolha de dados foi feita através da aplicação da entrevista semiestruturada, para uma mais eficaz recolha de informação.

De salientar a importância das entrevistas neste estudo, uma vez que nos permitiram recolher a informação, tendo em conta os objetivos gerais do estudo.

A estrutura da análise dos dados segue a proposta apresentada por L. Nico (2009).

Relembramos os dois objetivos gerais do estudo:

1. Identificar instituições empresariais do ramo agroalimentar do Alentejo que implementem roteiros pedagógicos;
2. Descrever eventuais modelos didáticos implementados em roteiros pedagógicos desenvolvidos na indústria agroalimentar do Alentejo.

O guião da entrevista, que serviu de suporte à realização das entrevistas semiestruturadas (anexo3), constituído por 7 tópicos, além do ponto prévio da legitimação da mesma, no qual, entre outros aspetos, o entrevistado é informado acerca da temática, dos objetivos do estudo que se está a realizar, bem como da garantia de confidencialidade dos dados obtidos.

Os sete tópicos da entrevista foram os seguintes:

A – Caracterização da empresa promotora do Roteiro Pedagógico no ramo da indústria agroalimentar;

B – Objetivos da empresa na disponibilização do Roteiro Pedagógico;

C – Perfil dos colaboradores no âmbito da organização do Roteiro Pedagógico;

D – Divulgação e público-alvo da empresa na disponibilização do Roteiro Pedagógico;

E – Modelo didático e atividades pedagógicas e educativas no âmbito dos Roteiro Pedagógico desenvolvidos no ramo da indústria agroalimentar do Alentejo;

F – Parcerias e recursos envolvidos na organização do Roteiro Pedagógico;

G – Avaliação das atividades desenvolvidas no âmbito do Roteiro Pedagógico.

Após a leitura e análise da informação recolhida, esta foi organizada, dando origem a cinco categorias (A, B, C, D E):

A – Caracterização e Missão da empresa;

B – Divulgação e público-alvo;

C – Modelo didático implementado;

D – Comunidade e parcerias estabelecidas;

E – Avaliação do Roteiro pedagógico.

Para cada uma das categorias é apresentado um quadro auxiliar à análise de conteúdo, no qual consta a identificação das subcategorias e, para cada uma destas, o(s) indicador(es) e respetivo(s) conteúdo(s), as frequências absolutas das unidades de registo (UR) e das unidades de enumeração (UE) e a taxa de UR/UE.

A totalidade dos conteúdos descritivos de cada indicador é apresentada no (anexo 7).

Para uma melhor compreensão da forma como foi organizada a informação, apresenta-se no Quadro 3 as categorias e subcategorias identificadas.

Quadro 3: Categorias e subcategorias

Categorias	Subcategorias
A – Caracterização e Missão da empresa	A1: Contexto geográfico e social
	A2: Missão da Empresa
	A3: Equipa
B – Divulgação e público-alvo	B1: Caracterização do público-alvo
	B2: Formas e estratégias de divulgação e promoção do Roteiro
C – Modelo didático implementado	C1: Descrição do Modelo Didático
	C2: Atividades pedagógicas e Educativas implementadas no Roteiro
	C3: Contributo (s) do Roteiro
	C4: Projetos e dinâmicas futuras
D – Comunidade e parcerias estabelecidas	D1: A Empresa e a sua integração na Comunidade
	D2: Parcerias estabelecidas
E – Avaliação do Roteiro pedagógico	E1: Meios de Avaliação da satisfação do visitante

Fonte: Elaboração própria

Apresentam-se de seguida os resultados da análise feita ao conteúdo das entrevistas realizadas na DELTA Cafés (Centro de Ciência do Café), na CARMIM e na SOVENA/Oliveira da Serra. As entrevistas, como já foi referido, foram aplicadas aos técnicos responsáveis pelo desenvolvimento dos Roteiros Pedagógicos implementados em cada uma das empresas.

Categoria A – Caracterização e Missão da Empresa

Quadro 4 Subcategoria A1: Contexto geográfico e social

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Localização	E1.3.8; E2.2.4; E2.2.6; E3.1.4; E3.2.1; E3.2.2	6	3	2
A1 Contexto geográfico e social da empresa	Proximidade com Espanha	E1.1.5; E3.1.5;	2	2	1
	Interior/interioridade	E1.1.6; E1.1.7;	2	1	2
	Acessos	E3.1.6;	1	1	1
Total			11	3	3.6

Legenda: UR – Unidades de registo; UE – Unidades de enumeração; UR/UE – taxa entre a totalidade das unidades de registo e as unidades de enumeração da sub-categoria (esta nomenclatura aplicar-se-á a todos os quadros auxiliares à análise de conteúdo)

Tendo em conta que apenas foram realizadas três entrevistas semiestruturadas, os entrevistados caracterizaram a respetiva localização geográfica e social como estrategicamente bem localizadas, permitindo que as diferentes sub-regiões Alto Alentejo, Alentejo Central e Baixo Alentejo, tenham localizações privilegiadas para a prática das respetivas produções agroalimentares. A questão da localização geográfica estratégica das empresas foi referida pelas 3 empresas.

“...este centro dá vida ao Norte Alentejano, é mais um motivo para vir a esta zona do país” (E1.3.8)

“... abrange regiões demarcadas (...) que é feita por regiões demarcadas pelas castas de vinho (...).” (E2.2.4)

“... porque estamos no Alentejo permite que se veja ao longe, despertando a curiosidade de quem por ali passa.” (E3.2.2)

A proximidade com Espanha, e com o resto da Europa, foram fatores referidos por duas empresas. Sobre a questão da interioridade referida por uma empresa foi referido o seguinte:

“... não temos o estigma da interioridade.” (E1.1.7).

Um dos inquiridos referiu a existência de:

“... bons acessos (...) estamos no Alentejo onde a paisagem é muito aberta e plana.” (E3.1.6),

Mediante estas respostas, podemos concluir que não existe qualquer inconveniente na localização das empresas. As empresas contribuem fortemente para o próprio desenvolvimento social das regiões, criando motivos para as pessoas se deslocarem e procurarem aqueles espaços para visitar.

Quadro 5 Subcategoria A2: Estrutura e Missão da Empresa

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	EU	UR/UE
A2 Estrutura e Missão da Empresa	Estrutura,	E2.1.5; E2.1.6; E2.2.1; E2.3.3; E2.2.5; E2.2.7; E2.2.8; E2.1.2; E2.1.4; E2.1.7; E2.1.8; E2.1.9; E2.1.10; E2.3.4;	14	1	14
	Dimensão Social e económica	E1.1.3; E1.10.3; E2.2.2; E2.2.3; E3.2.9; E3.3.6;	6	3	2
Total			20	3	6.6

Neste sentido, os inquiridos foram questionados acerca da missão das respetivas empresas, no que concerne à dimensão educativa, económica e de responsabilidade social à estrutura, ao funcionamento e aos objetivos.

Nem todas as empresas analisadas dentro da indústria agroalimentar estão vocacionadas para apresentar e explicar os processos e mecanismos com que

trabalham, ou porque não estão equipadas convenientemente para receber visitantes, ou porque a sua missão em termos de responsabilidade social não foi preparada convenientemente tendo em conta a comunidade onde se inserem.

Todos os inquiridos se referiram à dimensão socioeconómica, tendo em conta as diferentes tipologias empresariais e objetivos de cada uma delas, conforme se verifica na transcrição de algumas respostas:

“... quem são, de que região vêm, habilitações, para podermos adequar a nossa comunicação.” (E1.10.3)

“... do ponto de vista social damos apoios que são atribuídos a várias instituições e organismos.” (E2.2.3)

“... a nossa responsabilidade social, mostrar como é feito o nosso produto e dos cuidados que temos na produção nomeadamente com as questões ambientais, reciclagem e reutilização de produtos.” (E3.2.9)

“... tem um funcionamento como uma empresa privada (...) tem de ser vista como uma empresa para dar lucro.” (E2.3.4)

“... o nosso objetivo é dar a conhecer o nosso produto aos consumidores e a forma como o produzimos.” (E3.3.6).

Um dos inquiridos referiu que a empresa que representa possui uma missão de responsabilidade para com a comunidade e para com a região onde se insere, destacando a dimensão educativa dessa missão:

“... atividades inerentes ao funcionamento do centro quer na sua missão científica, missão educativa ou educação cultural.” (E1.1.3).

Relativamente à estrutura e funcionamento das empresas, um dos inquiridos descreve pormenorizadamente a empresa onde trabalha:

“... isto é uma cooperativa que foi constituída com base em associados e pessoas da terra que se juntaram e constituíram um espaço comum.” (E2.2.1);

“... são 460 sócios ligados á vinicultura e cerca de 340 ligados à olivicultura num total de cerca de 800 associados.” (E2.3.3);

“... tem um peso grande a nível local porque é a maior estrutura do concelho.” (E2.2.2);

“... do ponto de vista social damos apoios que são atribuídos a várias instituições e organismos.” (E2.2.3).

Pelo facto da empresa ter uma constituição com uma estrutura humana muito pesada, o mesmo admite que:

“... não temos as coisas estruturadas de uma forma eficiente, estamos a trabalhar nisso.” (E2.1.5);

“... o nosso complexo de agroturismo está inserido no complexo agroindustrial.” (E2.1.6);

“... temos cerca de 100 funcionários diretos e indiretamente temos os produtores que gerem a dinâmica da região.” (E2.2.7).

“... temos dimensão, mas não estamos preparados para acompanhar grupos muito específicos.” (E2.1.4).

De salientar, ainda, que as três empresas apresentam estruturas empresariais diferentes. Na DELTA Cafés, por exemplo, foi criado um Centro de Ciência do Café. O visitante faz todo o percurso acompanhado de informação permanente, num espaço criado, planificado e construído à parte da transformação do café, sem interferir com a laboração.

A CARMIM funciona como cooperativa e não foi, inicialmente, criada com o intuito de mostrar a sua produção. No entanto, com as necessidades emergentes, cada vez mais, os consumidores pretendem conhecer e visitar este tipo de espaços, o que potencia a credibilização do produto e a fidelização do cliente, numa estratégia mercantilista e promocional.

Na Oliveira da Serra, marca de uma das maiores empresas agroindustriais do país, o desenho e construção do lagar foram desenvolvidos de forma a acolher clientes e visitantes.

Estas três empresas são diferentes na sua tipologia e campo de ação, mas nos objetivos inerentes aos roteiros pedagógicos assemelham-se entre si.

Quadro 6 Subcategoria A3: Equipa

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Experiência pedagógica	E1.6.4; E1.8.7; E3.1.3; E3.4.1; E3.4.4; E1.4.8; E1.4.4; E1.2.2; E1.2.3; E1.2.4;	10	2	5
A3 Equipa	Partilha de Responsabilidades	E1.1.2; E1.8.4; E1.8.5; E1.8.6; E2.1.3; E3.1.2;	6	3	2
	Funções na empresa	E1.1.1; E1.1.4; E2.1.1; E3.1.1;	4	3	1.3
	Formação na empresa	E2.3.1; E2.3.2; E3.4.2; E3.4.3;	4	2	2
Total			24	3	8

No que respeita às equipas que asseguram a planificação e a realização dos roteiros pedagógicos as respetivas empresas, e sabendo das necessidades pedagógicas inerentes a cada espaço, é de salientar que todos os inquiridos possuem funções de chefia dentro das empresas: um é diretor, outro Vice-Presidente de direção e um outro responsável pelo Marketing e Comunicação.

Todos os inquiridos possuem formação e/ou experiência na área de comunicação e marketing. Um dos inquiridos referiu que:

*“...sou responsável pelo lagar, imagem, comunicação, marketing e enoturismo.”
(E2.1.1);*

“... atividades relacionadas com a área da comunicação e marketing e do planeamento de atividades.” (E1.1.4);

“sou operacional de marketing e comunicação” (E3.1.1).

Todos os inquiridos fazem referência às responsabilidades partilhadas dentro da empresa. No entanto, as empresas possuem dinâmicas distintas, pelo que, o

modo operacional dentro da estrutura é diferente, exemplo disso, um dos inquiridos refere a existência da:

“partilha de responsabilidades com toda a equipa dado que somos uma equipa de 12 pessoas.” (E1.1.2),

“... há funções distintas, mas nós fazemos de tudo.” (E1.8.5)

Por sua vez, os outros inquiridos fazem uma referência mais restritiva em termos de equipa e responsabilidades:

“ nos recursos humanos temos uma pessoa alocada a essa área.” (E2.1.3);

“cabe-me o controlo de todas as atividades implementadas nas marcas do grupo...”(E3.1.2).

Todos os inquiridos realizaram a sua formação académica fora da região onde estão a intervir. Os conhecimentos adquiridos foram, e continuam a ser, desenvolvidos dentro das instituições a que pertencem. No entanto, no que respeita à experiência pedagógica, apenas um dos inquiridos não respondeu a esta questão, justificando que, ainda, estão num processo embrionário e a desenvolver a ação pedagógica dentro da empresa, encontrando-se no momento uma pessoa (um técnico da empresa está a ser preparado para desempenhar funções adequadas ao roteiro pedagógico da empresa), essa pessoa está a ter formação para esse efeito.

Os outros inquiridos demonstraram possuir um trabalho estruturado com bases pedagógicas presentes nos roteiros que estão a desenvolver, de modo a responder a vários tipos de públicos;

“... diferenciamos a nossa comunicação consoante a idade e o tipo de grupo que temos à frente.” (E1.4.4), e com uma visão e ação mais abrangente

“... estamos a preparar e a encerrar praticamente o plano pedagógico para o ano letivo 2015/2016 adaptado a vários ciclos de ensino.” (E1.2.3);

“... é a primeira resposta que nós vamos fazer que é adaptar aquilo que são os conteúdos que temos do centro de ciência relacionados com o café às várias matérias que os meninos e os jovens possam ter na escola.” (E1.2.4).

Foi referido, ainda, o seguinte:

“ a experiência tem sido adquirida dentro da empresa, (...) com a partilha de experiências com os colegas, e nas logísticas de implementação de atividades e eventos que são planeados por nós.” (E3.1.3).

Referindo-se, ainda, à formação das respetivas equipas de trabalho, sendo que umas mais profissionalizadas do que outras, foi referido o seguinte:

“ as pessoas que vieram de várias áreas para fazer uma equipa diversificada e de qualidade”(E1.8.7) e “temos internamente na nossa equipa pessoas que veem da área pedagógica a sua formação é na área pedagógica.”(E1.4.8).

Na medida em que os roteiros pedagógicos possuem uma matriz educativa e de aprendizagem, os inquiridos foram questionados sobre a formação que é ministrada dentro da própria empresa. Tendo sido possível conhecer a opinião de dois dos inquiridos, a formação e a atualização ou reciclagem de conhecimentos foram itens referidos por dois técnicos responsáveis pelos roteiros, os mesmos consideram que têm de estar aptos para dar resposta as questões que, eventualmente, possam surgir.

A questão formativa é das mais importantes, não só para enriquecimento e valorização pessoal dos técnicos, mas também para que os mesmos tenham responsabilidades e capacidades de resolução de problemas e situações que possam surgir no decorrer de uma visita. Os dois entrevistados focaram a importância da formação, conforme podemos observar em algumas das suas afirmações:

“... temos formação a vários níveis, tentamos ter essa ponte entre a empresa e os funcionários.” (E2.3.1)

“... dar essa formação que eles precisam.” (E2.3.2)

“... é sempre disponibilizada formação para enriquecer os conhecimentos dos funcionários da empresa.” (E3.4.2)

“... temos formação desde o campo, plantação, rega e manutenção até á seleção organolética, aromas, provas, degustação e avaliação, higiene e segurança (...).”(E3.4.3)

Categoria B – Divulgação e público-alvo

Quadro 7 Subcategoria B1: Caracterização do público-alvo

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Visitas	E1.5.4; E1.5.5; E1.9.3; E2.4.5; E2.4.6; E2.5.7; E3.4.5; E3.4.6; E3.8.3; E3.8.4; E3.5.10;	11	3	3.6
B1 Caracterização do público-alvo	Tipos de Públicos	E1.5.1; E1.5.6; E2.4.7; E3.5.9; E1.6.1;	5	3	1.6
	Conhecimentos	E1.4.6; E1.8.2; E1.8.1; E1.6.3;	4	1	4
	Perfil dos visitantes	E1.4.5; E1.4.7; E2.4.14;	3	2	1.5
Total			23	3	7.6

Quando questionámos sobre a caracterização das visitas e dos diferentes tipos de públicos que procuram as visitas pedagógicas / roteiros, todos os inquiridos se pronunciaram acerca desse aspeto.

As respostas foram muito unânimes e padronizadas, pois todos recebem grupos e públicos individuais, salientando as especificidades de cada tipologia em termos de adequação da informação e das atividades programadas:

“... adequar o guia ao grupo que temos sejam os mais pequenos, sejam os maiores, sejam idosos, seja um grupo mais científico, (...) adequamos a informação com os interativos.” (E1.5.1);

“...temos dois tipos de séniors, temos séniors muito esclarecidos, pessoas ainda muito ativas, (...) temos outro tipo de séniors que vêm das IPSSs.” (E1.5.6);

“... os séniors mais institucionalizados cansam-se mais e temos de fazer visitas mais breves e não ser tão incisivos em algumas áreas.” (E1.6.1);

“ ... temos escolas que vêm de todo o país, Universidades portuguesas e estrangeiras, agências de viagem, já somos uma referência e ponto de visita.” (E3.5.9).

No entanto, existem algumas diferenças, nomeadamente da parte de uma das empresas, cujo tipo de produto produzido interessa mais ao público adulto, sendo este o que mais visita e está interessado no processo de produção;

“... o nosso grande cliente está no centro e sul do país, mas já começamos a ser procurados pelo norte.” (E2.4.7).

No que respeita ao número de visitas, todos os inquiridos referiram que existe um aumento significativo de visitantes de ano para ano, apesar de diferenças em números existentes em cada uma das empresas. A DELTA Cafés é a empresa que recebe mais visitas por ano e é a única empresa com um espaço dedicado, exclusivamente, à receção de visitas, no Centro de Ciência do Café.

“... temos tido uma média de 3 mil visitas por mês.” (E1.9.3)

Na CARMIM, ainda não existe um espaço preparado para o acolhimento de visitas, mas há interesse, reconhecendo-se a necessidade da sua criação:

“... queremos que os visitantes fiquem mais dias na região.” (E2.4.5);

“... existe uma procura, as pessoas estão a procurar mais um turismo cultura e tradicional.” (E2.4.6);

“... por ano recebemos cerca de 2000 pessoas. O que é pouco e isso reflete-se pelas condições que temos, quer físicas quer humanas.” (E2.5.7).

Em relação à SOVENA/Oliveira da Serra, os percursos e as visitas já foram previamente pensadas de forma a satisfazer a curiosidade dos clientes:

“... de início o objetivo era apenas proporcionar visitas quando fossemos solicitados, uma visita pedagógica às nossas instalações e a todo o processo de produção dos azeites.” (E3.4.5);

“... cada vez mais se tornou uma necessidade diária, pois somos solicitados e visitados diariamente por imensas pessoas que vêm individualmente ou em grupos.” (E3.4.6);

“... julgamos que até ao fim do ano podemos atingir as 10.000 visitas” (E3.8.4);

“... as visitas têm vindo a aumentar significativamente (...) a afluência triplicou este ano.” (E3.8.3).

A programação das visitas também foi referida, sendo um processo semelhante, em todas as empresas, ou seja, privilegiam-se as marcações prévias de visitas, nomeadamente em grupo, por uma questão de preparação e programação das mesmas consoante o tipo de grupo, no entanto também recebem visitas individuais sem marcação:

“... para participar no nosso roteiro, temos dois critérios, se for individual não necessita de marcação, mas se for de grupo é necessário fazer marcação prévia.” (E3.5.10).

No que diz respeito ao perfil dos visitantes, obtivemos respostas de dois dos inquiridos, que revelaram uma preocupação na adaptação do roteiro ao perfil do visitante:

“... se são muito pequeninos temos o cuidado de no início da visita fazer uma pequena brincadeira com os miúdos.” (E1.4.5);

“... se estamos com miúdos a partir do 4º ano ou do 5º ano a nossa conversa já funcionará de uma forma diferente e não tão infantil.” (E1.4.7);

“... recebemos grupos muito heterogéneos, desde escolas, universidades, especialistas em várias áreas.” (E2.4.14)

No entanto, o inquirido que não respondeu claramente a esta questão, já o tinha feito em outras oportunidades, nomeadamente quando se refere aos tipos de públicos.

Atendendo que à diversidade de públicos correspondem faixas etárias diferentes (desde as crianças do pré-escolar até aos séniores), os circuitos têm de ser adaptados de modo a que se valorizem os conhecimentos e as aprendizagens adquiridas, em termos de linguagem, atividades e especificações. Nesta questão, apenas, obtivemos a opinião de um dos entrevistados que revelou o seguinte:

“... exploramos o conhecimento dos miúdos e conduzimos de forma a que eles cheguem á planta e é assim que começamos a nossa visita pela estufa onde temos as nossas plantas do café.” (E1.4.6);

“... os países do norte da Europa são um público mais sénior, mas são um público muito esclarecido relativamente ao café.” (E1.6.3).

Quadro 8 Subcategoria B2: Formas e estratégias de divulgação e promoção do Roteiro

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Site da Empresa	E1.2.1; E2.4.2; E2.5.2;	3	2	1.5
B2	Facebook	E3.5.7;	1	1	1
Formas e estratégias de divulgação e promoção do Roteiro	Plataforma on-line	E2.4.3; E2.4.4;	2	1	2
	Internamente	E3.5.8;	1	1	1
Total			7	2	3.5

Procurámos saber de que forma se organiza e divulga os roteiros pedagógicos, de forma a que estejam adequados a vários tipos de público. O mesmo deve ser divulgado e promovido para que as pessoas possam ter conhecimento do mesmo. Neste sentido, questionamos os nossos entrevistados sobre a forma e estratégias de promoção e divulgação dos respetivos roteiros pedagógicos.

Sendo que cada vez mais se recorre às novas tecnologias para recolher todo o tipo de informação, as empresas, hoje em dia, não podem estar afastadas da área das tecnologias de informação. Ao questionarmos os nossos entrevistados sobre a forma de divulgação, pudemos verificar que, de uma forma, ou de outra, existe sempre uma ligação às novas tecnologias.

Dois dos inquiridos referiram que recorrem às respetivas páginas da empresa para divulgação e promoção das suas atividades:

“... estava disponível no nosso site para que as escolas antes de virem ao centro ou depois de virem, pudessem preparar ou consolidar os conhecimentos adquiridos.” (E1.2.1);

“... estamos também ao nível das redes sociais e na página da empresa a divulgar o nosso produto e o nosso trabalho.” (E2.5.2)

No que diz respeito às redes sociais como o Facebook, apenas um dos inquiridos revelou a permanente atualização e importância do perfil do Facebook da empresa para prestar informação atualizada.

“... implementar um percurso que fosse ao mesmo tempo uma experiência educativa, e passamos a divulgar o mesmo na nossa página da internet e facebook.” (E3.5.7).

Em termos de plataforma on-line, um dos inquiridos referiu-se a este meio de divulgação como uma mais-valia para a própria empresa.

“... está a ser criada uma plataforma em que as pessoas podem ter acesso a alojamento e visitas (...) ainda estamos a criar essa rede.” (E2.4.4)

Ao nível interno, uma das empresas referiu que, internamente, toda a informação é veiculada via e-mail e partilhada com algumas instituições locais, nomeadamente *as escolas*:

“... foram enviados emails para as escolas a fazer divulgação, as escolas aderiram e já fazemos parte do projeto educativo de muitas.” (E3.5.8).

Categoria C – Modelo didático implementado

Na descrição do modelo didático do roteiro pedagógico, os nossos inquiridos começaram por descrever todo o percurso dos respetivos roteiros, tendo em conta as atividades e os jogos interativos.

Quadro 9 Subcategoria C1: Descrição do Modelo Didático

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Roteiro Pedagógico	E1.3.4; E1.3.5; E1.5.2; E1.5.3; E1.5.7; E1.6.2; E1.6.5; E2.4.11; E2.4.13; E2.5.8; E2.5.9; E3.3.7; E3.3.8; E3.6.2; E3.6.3; E3.6.4; E3.6.5; E3.6.6; E3.6.7; E3.9.3;	20	3	6.6
C1					
Descrição do Modelo Didático	Adaptação dos conteúdos informativos ao perfil do visitante	E1.5.1; E2.4.16; E2.5.1; E2.5.4; E3.7.3;	5	3	1.6
	Disponibilização do Roteiro pedagógico	E2.5.5; E2.5.6; E3.2.5; E3.2.6; E3.2.7;	5	2	2.5
Total			30	3	10

O roteiro do Centro de Ciência do Café, apresenta-se muito dinâmico e diversificado, permitindo, inclusive, a autonomia do visitante em descobrir, por ele próprio, toda a dinâmica envolvente e relacionada com o café, para além de proporcionar experiências interativas ao longo de todo o percurso, adaptadas aos vários públicos, como já foi referido anteriormente:

“ ... atividades paralelas que são a exposição permanente (...) concertos, ...comemorações do dia da criança, dia do idoso ou Halloween” (E1.3.4);

“... atividades paralelas em termos culturais e educativos.” (E1.3.5)

Para os adultos que pretendem mais informação específica,

“... temos painéis ao longo de toda a nossa exposição com toda a informação.” (E1.5.2),

“ ... o tema central é o café” (E1.5.3); “... gostam essencialmente daquelas áreas mais importantes como a estufa, depois gostam de tudo o que está associado á família Nabeiro, a exposição das peças, das chávenas, dos moinhos, do primeiro carro de café.” (E1.5.7).

O percurso do Centro de Ciência do Café proporciona, igualmente:

“... ouvir a zona do contrabando pessoas com oitenta e tal anos a contar histórias do contrabando.” (E1.6.2).

Tudo começa com:

“...uma apresentação do centro, da missão e dos objetivos do centro, se é uma visita particular acompanha o visitante até à primeira área onde é entregue uma planta de todo o centro que tem sinalização quer no chão quer na vertical de todo o percurso da visita.” (E1.6.5)

Os outros inquiridos, também, fizeram referência aos percursos, tal como se pode verificar, através das transcrições das suas entrevistas:

“... o visitante é recebido e faz a visita com toda a informação inerente aos locais de visita.” (E2.4.11);

“... a visita termina com uma prova dos nossos vinhos.” (E2.4.13);

“... temos duas situações distintas, as visitas de semana e as visitas ao fim de semana” (E2.5.8);

“... se for de semana as pessoas podem visualizar o engarrafamento e ver toda a dinâmica, visita a adega, visita das caves até ao espaço de prova.” (E2.5.9).

“... faz sentido a criação de um roteiro.” (E3.3.7);

“... o visitante possa acompanhar todo o processo desde o campo, passando pela extração, armazenamento, até á prateleira do supermercado.” (E3.3.8);

“... a visita começa com um pequeno briefing da história da empresa” (E3.6.2);

“... passeio no olival onde é explicado o sistema de plantação e variedades, apanha da azeitona e transporte até ao lagar.” (E3.6.3);

“... visita á zona da receção da azeitona.” (E3.6.4);

“... visita ao laboratório...” (E3.6.5); “... visita à galeria do azeite no piso superior do lagar” (E3.6.6);

“... visualização da sala de extração e de armazenamento, (...) exposição do embalamento e visualização do filme o azeite de A a Z” (E3.6.7);

“... já temos um percurso que o visitante pode fazer de carro por entre as estradas do olival, onde é fornecido um mapa com toda a informação dos pontos de passagem referenciados.” (E3.9.3).

Nas respostas dos inquiridos relativamente à **adaptação dos conteúdos pedagógicos ao perfil do visitante**, todos os entrevistados mencionaram a importância da componente pedagógica dos roteiros, da existência de informação adequada e atualizada, através de atividades, jogos e dinâmicas vocacionados para as várias faixas etárias, de forma a criar interesse da parte de todos os públicos e permitir ao visitante explorar e descobrir a informação, tornando-se dessa forma, uma experiência enriquecedora, em termos de conhecimentos e de uma oportunidade de aprendizagem, eficaz e útil.

Há espaços com o intuito comercial, em que é proporcionada uma pequena visita, mas em termos educativos nem sempre asseguram o devido contributo pedagógico.

Por isso, todos os inquiridos salientaram o importante contributo que as empresas podem dar no sentido da criação e disponibilização de um roteiro pedagógico, em que o visitante adquire mais conhecimentos e informações e, por isso, aprende, tal como se verifica nas seguintes transcrições:

“... adequar o guia ao grupo que temos sejam os mais pequenos, sejam maiores, sejam idosos, seja um grupo mais científico (...) adequamos a informação com interativos.” (E1.5.1);

“...temos de trabalhar e criar interesses a todos os públicos.” (E2.5.4);

“... temos showcooking, fotografia, cocktails...” (E3.7.3).

Tendo em conta que dois dos espaços foram, desde o início, preparados para acolher visitantes, o Centro de Ciência do Café possui essa missão em exclusividade.

O Lagar da Oliveira da Serra, tem como missão principal a produção, as visitas são um acréscimo e uma mais-valia, um contributo que a empresa presta à comunidade.

Já no caso da CARMIM, a empresa foi criando, com a força das necessidades e da procura, o seu próprio roteiro.

Dois dos inquiridos referem a importância da divulgação do roteiro pedagógico na comunidade. Estas empresas, através dos roteiros pedagógicos, estão a

contribuir para o desenvolvimento da região em termos turísticos, proporcionando na comunidade mais visitantes e, portanto, maior consumo na hotelaria e restauração.

Campo Maior, Reguengos de Monsaraz e Ferreira do Alentejo são três concelhos que beneficiam marcadamente deste tipo de turismo. Através dos roteiros pedagógicos e espaços atrativos, estas empresas ajudam a consolidar conhecimentos e aprendizagens, ao mesmo tempo que divulgam e promovem os respetivos produtos, conforme se depreende das seguintes afirmações:

“... criar atividades, jogos e dinâmicas.” (E2.5.5)

“... os recursos humanos também têm de ser formatados para isso, para evoluir no sentido de receber as pessoas e explicar.” (E2.5.6)

“...para isso não há nada melhor do que convidar as pessoas a conhecer o nosso lugar por dentro e por fora.” (E3.2.7);

“... em termos de estratégias educativas pretendemos dar a conhecer o nosso produto.” (E3.2.5).

Quadro 10 Subcategoria C2: Atividades Pedagógicas e Educativas implementadas no Roteiro

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
C2	Atividades pedagógicas e educativas	E1.7.2; E1.8.8; E1.9.1; E3.6.10; E3.7.2	5	2	2.5
Atividades Pedagógicas e Educativas implementadas no Roteiro	Projetos educativos programados	E1.9.2; E3.7.4;	2	2	1
Total			7	2	3.5

Em relação às atividades pedagógicas e educativas desenvolvidas nos roteiros, nesta área, verificamos a ausência de resposta por parte de um dos inquiridos. Efetivamente, e como já foi explicado anteriormente, a empresa CARMIM, ainda não se encontra devidamente estruturada neste sentido mais pedagógico, daí a ausência de atividades lúdicas e educativas durante o percurso. Essas atividades estão, ainda, a ser pensadas e, segundo o nosso entrevistado, a empresa, ainda, demorará algum tempo, até implementar um percurso planejado e concretizado tendo em conta os objetivos didáticos e pedagógicos.

No que respeita a dois dos inquiridos, verificou-se que a questão pedagógica está no centro do desenvolvimento das atividades implementadas. Todo o percurso é planejado tendo em conta a riqueza de informação, de forma simples mas educativa, tal como se pode perceber nas seguintes transcrições:

“... experiência, “demonstração e degustação de bebidas com café” que acontece na cafetaria.” (E1.7.2)

“...no dia da música trouxemos músicos até ao centro (...) no halloween transforma-mos o centro com bruxinhas e vampiros, (...) no dia da criança (...) as crianças foram os guias do centro. (E1.8.8)

“... o laboratório do café, um laboratório intergeracional, onde trabalhamos 3 gerações, crianças, adolescentes e idosos.” (E1.9.1)

“... para as escolas temos atividades programadas no decorrer da visita, como jogos, pinturas e outras dinâmicas.” (E3.6.10);

“... temos outras atividades, nomeadamente caminhadas pelo olival, jogos didáticos com as oliveiras, desenhos para colorir, livros de colagens ...” (E3.7.2).

Apenas o Centro de Ciência do Café e a Oliveira da Serra possuem um projeto educativo programado e ativo dentro dos roteiros. Tal como se verifica em algumas das frases transcritas das entrevistas.

“... o objetivo é todos os anos termos um tema para o projeto educativo.” (E1.9.2)

“... estamos a preparar outras atividades que brevemente serão também implementadas.” (E3.7.4)

Quadro 11 Subcategoria C3: Contributo (s) do Roteiro

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Processo de aprendizagem dos visitantes	E1.2.7; E1.3.1; E1.5.8; E1.7.3; E1.8.3; E1.2.6; E2.4.12; E2.5.10; E2.5.11; E3.3.9; E3.5.11; E3.6.8;	12	3	4
C3					
Contributos do Roteiro	Contributo pedagógico na empresa (Dinâmicas e organizações)	E2.4.8; E2.4.9; E2.4.10; E2.4.15; E2.5.3; E3.2.3; E3.2.4; E3.2.8;	8	2	4
	Promoção da Educação Não-Formal	E1.2.5; E1.6.6; E1.7.2; E1.7.4; E1.7.5; E3.6.9; E3.6.11; E3.7.1;	8	2	4
Total			28	3	9.3

Questionámos os entrevistados sobre o eventual contributo dos respetivos roteiros no processo de aprendizagem dos visitantes e, nesta questão, todos responderam e concordam que os roteiros são necessários e os seus contributos abrangem várias áreas científicas como a História, a Ciência, a Biologia, a Química, podendo ser estabelecida uma relação entre os conteúdos aí abordados e os conteúdos pedagógicos lecionados no sistema educativo, tornando a aprendizagem mais eficaz e significativa para o visitante. Transcrevemos algumas das respostas obtidas:

“... contando também um pouco da história do mundo, da história de Portugal, da parte da ciência, da química, da biologia relacionando com a planta do café.” (E1.2.7),

“... há uma panóplia de informações que pode ser aproveitada e relacionada com aquilo que são os conteúdos pedagógicos dos miúdos.” (E1.3.1),

“... cada pessoa traz as suas questões, as suas perguntas e as suas dúvidas e isso ensina-nos a crescer porque nos obriga constantemente a fazer a nós próprios uma atualização.” (E1.7.3);

“... naturalmente a preocupação foi um espaço de partilha de conhecimento, de partilha de cultura, é esse o grande objetivo.” (E1.8.3)

“... explica-se todo o funcionamento e processo, desde que a uva chega, é transformada e entra em processo de estágio consoante as castas e qualidade das mesmas.” (2.4.12);

“... geralmente há um vídeo que se passa mas já é antigo, estamos a precisar de um mais atual.” (E2.5.11);

“... se existirem dúvidas ou questões, estas serão esclarecidas no decorrer da visita.” (E3.6.8);

“... a visita culmina com uma degustação dos nossos azeites premium.” (E3.5.11).

Sendo uma das empresas, um Centro de Ciência, intrinsecamente, já está alocada essa responsabilidade, no entanto, nas outras duas empresas, essa responsabilidade teve de ser de uma forma, ou de outra, trabalhada.

No caso da CARMIM, apesar dos obstáculos e limitações com que a empresa se depara, há o objetivo de aperfeiçoar o percurso do roteiro existente:

“... o enoturismo já existe há uma década e foi pensado porque existia a necessidade de ter um sítio para fazer provas.” (E2.4.8),

O nosso entrevistado revelou, ainda, que o roteiro da empresa:

“... nunca foi pensado numa estratégia de roteiro propriamente dito, mas estamos a trabalhar nisso e nesse ponto de vista.” (E2.4.9);

“... estamos a implementar uma estratégia mais educativa.” (E2.4.10),

“... necessitamos de ter um espaço mais apropriado para receber os diferentes públicos.” (E2.4.15);

“... ainda temos de trabalhar muito, estamos mais vocacionados para adultos.” (E2.5.3)

Já no que diz respeito à Oliveira da Serra a responsabilidade pedagógica passa segundo o entrevistado, por:

“... contamos com uma empresa especializada em educação e conteúdos pedagógicos, que nos dá assessoria.” (E3.2.3);

“... desenvolveu e delineou algumas atividades que implementamos.” (E3.2.4)

“... permitimos assim, que o visitante possa explorar o mundo da olivicultura e da sua transformação acompanhado por uma pessoa especializada.” (E3.2.8).

Quando questionados sobre o contributo da educação não formal que o roteiro eventualmente, possa proporcionar aos visitantes, dois dos inquiridos mencionaram a importância da educação não formal, por ser aquela que mais se partilha, através da experiência, vivência, sabedoria e herança, valorizando-se o conhecimento adquirido ao longo da vida:

“... os miúdos podem não só fazer a visita ao centro como ter também uma série de experiências em cada área de informação adicional e adaptada às matérias que lhes vão ensinar.” (E1.2.5);

“... a partir da primeira área a pessoa faz a visita a sua vontade, porque todo o centro é muito interativo.” (E1.6.6);

“... experiência, demonstração e degustação de bebidas com café, que acontece na cafetaria” (E1.7.2); “... Temos de estar em constante atualização e a aprender, pesquisar tendências para também termos uma resposta diferente.” (E1.7.4);

“...o Sr. Comendador Rui Nabeiro diz que a melhor coisa que partilhamos na nossa vida é o conhecimento adquirido ao longo da vida.” (E1.7.5);

“... o roteiro termina com uma degustação de vários azeites e de uma explicação sobre os aromas de cada um.” (E3.6.9)

“... a educação não formal reside precisamente na capacidade que os visitantes tem de assimilar a informação.” (E3.6.11);

“... o objetivo é que o visitante saia com conhecimentos e saiba reconhecer a importância do azeite.” (E3.7.1).

Quadro 12 Subcategoria C4: Projetos e dinâmicas futuras

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
C4 Projetos e Dinâmicas futuras	Atividades, dinâmicas e projetos futuros em preparação	E3.9.1; E3.9.2;	2	1	2
Total			2	1	2

Quando abordados sobre projetos futuros nas empresas e, em concreto, nos roteiros pedagógicos, os inquiridos reservaram-se um pouco nesta matéria, evitando responder a esta questão, o que evidencia uma preocupação em não divulgar publicamente, as estratégias de cada uma, ao nível das dinâmicas futuras.

Apenas uma das empresas referiu estar a preparar novas dinâmicas para implementar brevemente, tal como se pode ler nas transcrições seguintes.

“... temos algumas ideias que queremos desenvolver com vista em colocar o visitante ainda mais perto da produção.” (E3.9.1)

“... o próximo passo é colocar o visitante no meio do olival e poder assistir à apanha da azeitona e estar mais perto da realidade que se vive no campo.” (E3.9.2)

O responsável de outra das empresas alegou que estavam a ser preparadas novas atividades e que, em breve as mesmas seriam divulgadas. Um terceiro inquirido, referiu que, ainda, há muito trabalho a realizar e que, numa primeira fase, a empresa necessita de criar as condições para a implementação do roteiro, de forma a criar as condições necessárias para passar à fase da programação das atividades.

Categoria D – Comunidade e parcerias estabelecidas

Quadro 13 Subcategoria D1: A Empresa e a sua integração na Comunidade

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
D1 Empresa e Comunidade	Integração da empresa na comunidade local	E1.3.2; E1.3.3; E1.3.6; E2.3.6; E3.2.10; E3.2.12;	6	3	2
	Participação da comunidade nas atividades da empresa	E1.3.7; E2.3.5; E2.3.7; E3.2.11;	4	3	1.3
Total			10	3	3.3

A interação entre a empresa e a comunidade é importante no desenvolvimento de qualquer indústria agroalimentar. Todos os inquiridos atribuíram grande importância à comunidade, ao seu desenvolvimento e a importância da sua participação no projeto que a empresa desenvolve. Todos, de forma bastante satisfatória, alegaram que as respetivas empresas estão perfeitamente integradas na comunidade, existindo uma simbiose entre comunidade e empresa, tal como confirmam as transcrições seguintes:

“...Campo Maior são os nossos melhores visitantes porque estão constantemente cá.” (E1.3.2);

“...houve o cuidado de convidar a população logo a seguir à abertura do centro.” (E1.3.3);

“...convidamos todos os professores que foram colocados este ano em Campo Maior a visitar o Centro de Ciência.” (E1.3.6);

“...através das associações, instituições, da Câmara Municipal sempre somos solicitados a participar.” (E2.3.6);

“...de início alguma resistência das pessoas em acreditar no nosso projeto, atualmente esse sentimento está completamente ultrapassado.” (E3.2.10);

“... Já fazemos parte da paisagem e da comunidade, tendo em conta que a grande maioria dos funcionários são do Concelho de Ferreira do Alentejo.” (E3.2.12).

Em relação à participação da comunidade nas atividades das empresas, todos os inquiridos responderam de forma positiva, ou seja, de uma forma, ou de outra, a comunidade está envolvida nas dinâmicas das empresas, embora, as respetivas dinâmicas sejam diferentes, e com formatos distintos, mas o carácter pedagógico e educativo está presente em todas elas. As transcrições seguintes demonstram essas diferenças:

“... temos uma comunidade ativa a participar, desde idosos, desde a população em geral, até aos militares da GNR que é quem faz a segurança.” (E1.3.7);

“...a população participa, mas no sentido de nos solicitar apoios.” (E2.3.5);

“... as pessoas não veem a CARMIM como um espaço, veem como local onde vendem uvas e azeitona.” (E2.3.7);

“...as pessoas da terra já nos visitam com muita fluência e encaminham outras pessoas.” (E3.2.11).

Sendo as empresas representadas neste estudo, distintas entre si no que respeita à sua organização e fileiras de produção, todas possuem uma responsabilidade social na comunidade e região onde estão inseridas, daí que a participação da comunidade seja efetuada em formatos diferentes.

O Centro de Ciência do Café é um espaço criado, especialmente, para ser visitado e usufruído por todos dentro do espaço industrial de produção, tendo sido planificado num sentido mais científico e pedagógico. As outras duas empresas possuem um espaço industrial e proporcionam ao visitante a possibilidade de estar muito próximo da produção, num contexto mais industrial e produtivo que, com o tempo, se tem transformando num contexto, também, pedagógico e educativo.

Quadro 14 Subcategoria D2: Parcerias estabelecidas

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
D2 Parcerias estabelecidas	Parcerias estabelecidas entre a empresa e as entidades locais, impactos resultantes a nível local e implementação de atividades	E1.3.9; E1.3.10; E1.3.11; E1.4.1; E1.4.2; E1.9.4; E2.4.1; E3.3.1; E3.3.2; E3.3.3; E3.3.4; E3.3.5;	12	3	4
Total			12	3	4

Em termos de parcerias, todos os inquiridos manifestaram a opinião concordante acerca da importância das mesmas para o desenvolvimento da empresa e da região. Foi referida a utilidade e importância das parcerias, nomeadamente as estabelecidas com as autarquias, as associações locais, as instituições de ensino superior e universitário, as instituições políticas, entre outras. Transcrevemos algumas das respostas obtidas:

“... a autarquia é um grande parceiro e está sempre junto de nós.” (E1.3.9);

“ ... a Universidade de Évora, Universidade da Extremadura, Politécnico de Portalegre, pretendemos agregar a nós aqueles que são os melhores nas suas áreas.” (E1.3.10);

“...temos vários parceiros, a Câmara Municipal, a Rádio Local, os clubes desportivos, as escolas, associações.” (E2.4.1);

“...temos criado parcerias e pensamos em desenvolver muitas mais.” (E3.3.1);

“...principalmente a autarquia de Ferreira do Alentejo que nos acolheu muito bem na região e que sempre nos tem apoiado.” (E3.3.2);

“... outras parcerias nomeadamente com o ninho de empresas, com as escolas do concelho, com o IPFP, Instituto Politécnico de Beja, Ministério da Agricultura.” (E3.3.3).

Categoria E – Avaliação do Roteiro Pedagógico

Procurámos conhecer, ainda, o grau de satisfação dos visitantes e, por isso, os entrevistados também foram interpelados nesta matéria. Pretendemos saber se existiam mecanismos de avaliação do grau de satisfação dos visitantes e se os mesmos estavam, devidamente, implementados. Quanto a este item, todos os inquiridos afirmaram a importância da sua existência, mas nem todos fazem uma aplicação desse mecanismo, ou seja, nem todos avaliam o grau de satisfação de quem os visita e os impactos que isso poderia ter na dinâmica da empresa.

Quadro 15 Subcategoria E1: Meios de Avaliação da satisfação do visitante

Subcategorias	Conteúdo dos indicadores	Indicadores	UR	UE	UR/UE
	Avaliação do grau de satisfação do visitante e impactos na dinâmica da empresa	E1.9.5; E1.10.3; E2.5.12; E1.4.3;	4	3	1.3
E1					
Meios de Avaliação	Meios, recursos e mecanismos utilizados para avaliação das atividades	E1.9.6;	1	1	1
	Implementação de novos mecanismos de avaliação	E1.10.1; E1.10.2; E3.8.1; E3.8.2;	4	2	2
Total			9	3	3

Sabemos que o Centro de Ciência do Café foi reconhecido em 2015 como o melhor museu português, pela Associação Portuguesa de Museologia. Quando questionados sobre os meios de avaliação do nível de satisfação dos visitantes, foi-nos referido que essa avaliação era feita pelo contacto direto com as pessoas, pelo que a fiabilidade opinativa dos dados não é de todo vinculativa. Contudo,

também mencionaram que o Centro se encontra a trabalhar numa aplicação informática, através da qual será feita a avaliação por escrito do nível de satisfação dos visitantes:

“... estamos a trabalhar numa aplicação informática.” (E1.9.6).

O Centro de Ciência do Café foi o único a afirmar que está a ser implementado um mecanismo de avaliação, ainda numa fase de aperfeiçoamento:

“... estamos a trabalhar numa aplicação informática onde vamos avaliar por escrito e formalmente o nível de satisfação.” (E1.9.6).

O inquirido da CARMIM referiu que não é feita qualquer avaliação da satisfação dos visitantes:

“... não fazemos qualquer tipo de avaliação, precisamente porque não temos ainda a estrutura adequada.” (E2.5.12).

Na empresa SOVENA/Oliveira da Serra a questão de avaliação do grau de satisfação ainda não está totalmente estruturada, pelo que só existe forma de avaliar as visitas escolares através de um questionário aplicado aos alunos, questionário esse que está adaptado aos diferentes anos letivos. Aqui também está a ser desenvolvido um sistema eletrónico, que servirá como método de avaliação mais eficaz e imediato, em que o visitante à saída poderá emitir a sua opinião e comentários sobre a visita de forma breve e sucinta:

“... a avaliação é feita por nós, se for escolas temos um questionário que no fim pedimos às escolas para responder.” (E3.8.1).

De futuro, duas das empresas participantes no estudo pretendem implementar novos mecanismos de avaliação do grau de satisfação dos visitantes que realizam os circuitos pedagógicos:

“... estamos a pensar no futuro em ter um método de avaliação mais eficaz e imediato em que o visitante através de um sistema eletrónico (...) à saída o visitante avalia a visita.” (E3.8.2).

“desde as condições físicas, atendimento, acompanhamento, qualidade e interesse de conteúdos.” (E1.10.1)

“termos um controlo e conhecimento sobre o nosso público.” (E1.10.2)

Conclusões

Com a realização deste trabalho de investigação, pretendeu-se obter informação que nos ajudasse a responder à questão de partida que se colocou inicialmente: *“Como foram desenhados e são concretizados os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo?”*

Para responder a esta questão, recorreremos à aplicação de uma entrevista semiestruturada, que pressupõe uma conversa exploratória e uma maior flexibilidade no processo de recolha de informação. A entrevista foi aplicada, de igual modo, aos três interlocutores, permitindo uma recolha de informação, mais eficaz, num contexto e ambiente descontraído.

As empresas foram selecionadas tendo em conta critérios previamente estabelecidos, um dos quais, a diferença da área de produção (Azeite, Vinho e Café).

Todas as empresas selecionadas para este estudo, estão equiparadas na importância económica e social que representam nos concelhos onde estão implementadas.

Quanto ao perfil dos entrevistados, estes possuíam cargos de chefia dentro da empresa e são os responsáveis técnicos dos roteiros pedagógicos.

Há, nas três empresas, roteiros/percursos pedagógicos delineados, acolhendo com regularidade grupos de visitantes, no entanto, os modelos didáticos implementados e o nível de organização diferem entre si.

Na aplicação da entrevista aos técnicos responsáveis pelos roteiros/percursos pedagógicos, começou-se por fazer uma abordagem em termos de **Contexto geográfico e social** de cada uma das empresas. Todos responderam e realçaram as vantagens da localização geográfica, do ponto de vista dos acessos e da proximidade com a Espanha. A interioridade foi focada, de forma positiva, por parte de uma das empresas, localizada na fronteira com Espanha, porque, assim, beneficiam da visita do público português e espanhol. Opinião similar foi defendida pelo entrevistado da SOVENA/Oliveira da Serra, que

salientou essa mais-valia da proximidade com Espanha e os bons acessos. Já o entrevistado da CARMIM não fez referências nesse sentido, porque segundo o mesmo, a estrutura da empresa sendo uma cooperativa, só muito recentemente adotou um roteiro que, ainda, está a ser implementado.

Quando questionados sobre a **Caracterização e Missão da Empresa**, quer em termos da estrutura e missão da empresa, assim como a responsabilidade social e económica, os entrevistados foram muito perentórios nas respostas, verificaram-se diferenças entre as três empresas.

A DELTA Cafés é uma empresa que se estruturou ao longo dos anos com vista a poder partilhar a sua forma e método de ação, mostrando-se muito aberta para as questões sociais, admitindo uma responsabilidade muito grande nessa área, para além da importância socioeconómica que tem na grande parte da população do concelho de Campo Maior e concelhos limítrofes. Possui uma estrutura perfeitamente delineada para o bom funcionamento dos seus serviços, tendo objetivos bem definidos em relação ao seu futuro. Para que todos possam usufruir da sua história e da sua importância social e económica, foi criado o Centro de Ciência do Café. Através do Centro, pretende-se transmitir conhecimento e proporcionar a aquisição de aprendizagens, de carácter, pedagógico e científico, a quem o visitar. O Centro foi planificado por equipas especializadas, de forma a que, quem visita aquele espaço não saia de lá sem levar, na sua bagagem intelectual novas aprendizagens acerca do mundo do café. A DELTA Cafés é uma empresa que tem um roteiro pedagógico que obedece a modelo educativo eficaz, por se adaptar aos diferentes públicos, quer em termos de linguagem, quer do tipo de atividades disponibilizadas.

A CARMIM por sua vez, é uma empresa essencialmente vocacionada para a produção com um cariz mais comunitário. Sendo uma cooperativa com associados, desde a sua constituição, tem como objetivo ser um espaço onde as pessoas possam levar o seu produto que é transformado e, depois, vendido. A questão do roteiro ou do percurso pedagógico surgiu pela necessidade e pela procura dos diferentes públicos que detêm curiosidade em saber como funciona uma estrutura daquela dimensão e, com o evoluir da mesma, a sua representatividade na região tornou-se cada vez mais importante em termos sociais e económicos.

Sendo uma das grandes empregadoras do concelho, o aumento do interesse em conhecer as suas instalações e o modo de produção do vinho levou a que a mesma muito, timidamente, abrisse as portas a quem os visitava. Por consequência, houve a necessidade de adaptar a estrutura a este tipo de públicos, planificando-se um roteiro pedagógico que, atualmente, é, ainda, muito rudimentar. Mas, segundo o nosso entrevistado, existe uma forte intenção em aprofundar essa questão e implementar um roteiro com preocupações educativas/pedagógicas que, segundo o mesmo, será também muito positivo para a empresa. Desta forma, a CARMIM, encontrava-se, à data da entrevista, a formular e a preparar, quer em termos técnicos, quer em termos de recursos humanos, um roteiro que faça da empresa um ponto de passagem obrigatório de quem quer saber mais sobre a produção de vinhos. Atualmente, quem visita a empresa fica com um conjunto de informações bastante úteis no que respeita às castas produzidas, diferentes tipos de vinho e formas de prova, assim como alguns conceitos ligado à produção (anexo 9).

A SOVENA/Oliveira da Serra, sendo um empresa com uma forte representatividade a nível nacional na área do azeite e com uma dimensão distinta, quando projetou o centro de produção de azeite no concelho de Ferreira do Alentejo, incluiu no seu projeto a criação de um roteiro pedagógico. Foram criadas as infraestruturas com condições de receção de públicos sem interferir na produção, criando um espaço destinado a visitas e até percursos no campo devidamente delineados e identificados. Quando foi projetada a existência de um roteiro para o lagar, a empresa contratou uma equipa de profissionais ligados à educação, planificando o roteiro de forma pedagógica e criando atividades adaptadas aos diferentes públicos. Nesse sentido, foram criados guiões de visita (anexos 11, 12, 13 e 14), com informação base acerca da dinâmica da empresa. O grande objetivo da empresa é implementar um roteiro que dê a conhecer, a quem os visita, como se faz o azeite, um dos produtos mais importantes na gastronomia portuguesa.

No que concerne à **Equipa** de trabalho que cada empresa dispõe para a implementação do roteiro, a Delta Cafés possui uma equipa bastante alargada e especializada. Uma equipa, constituída por doze pessoas, está preparada para receber públicos em diversas línguas e várias faixas etárias, fazendo com que

não exista uma limitação de públicos. Segundo as informações recolhidas, todos os técnicos estão capacitados e possuem conhecimentos profundos acerca do roteiro, existindo capacidade e rotatividade de equipa.

Na CARMIM, existe uma maior limitação a este nível, pois segundo informações do entrevistado, apenas existe uma pessoa afeta ao roteiro, que possui formação especializada. O entrevistado admitiu a necessidade de rever toda a estrutura do roteiro, alocando pessoas capacitadas, pedagogicamente, para o delinear e implementar, convenientemente, um conjunto de atividades pedagógicas no âmbito de um roteiro pedagógico da empresa.

Na SOVENA/Oliveira da Serra, o roteiro pedagógico é da responsabilidade do setor do marketing da empresa, cujo gabinete se encontra na sede em Lisboa. Existe uma parceria com uma empresa ligada à produção de atividades e produtos educativos “Sair da Casca”⁵⁴. A empresa é responsável pelo roteiro pedagógico destinado às instituições de ensino. Em termos de equipa no terreno, neste caso, para o cumprimento do roteiro, existe apenas uma pessoa alocada, que, mediante marcações prévias, estrutura as visitas e, no caso das visitas espontâneas, existe um horário específico para receber. A pessoa tem formação adequada para as funções que desempenha, para além de colaborar com a empresa parceira na criação de atividades e na própria evolução do roteiro.

Quando questionados sobre os diferentes tipos de **públicos-alvo** a que se destinam os roteiros programados por cada uma das empresas, concluiu-se que duas das empresas (a DELTA e a SOVENA/Oliveira da Serra) estão preparadas para receber todos os tipos de públicos, desde as crianças aos seniores/adultos, com tipos e níveis de informação e linguagem devidamente adaptados. No entanto, a CARMIM, ainda não possui alternativas de roteiro, com informação adequada para crianças e jovens, para além de que a uma das partes do roteiro não pode ser colocada em prática, sendo as provas de vinho completamente desajustadas para as faixas etárias mais jovens. A empresa, ainda, não identificou uma alternativa/solução para essa questão, o que tem condicionado a participação de alguns públicos.

⁵⁴ Mais informações sobre a empresa em <http://www.sairdacasca.com/>

Quanto às **formas de promoção e divulgação** dos roteiros, foram referidas várias, mas nem todas as empresas as utilizam. As empresas, ainda, necessitam de melhorar o nível de utilizações das tecnologias de informação e comunicação, apesar de todas possuírem página ou sítio na internet, aderirem à rede facebook e até, no caso da CARMIM, ter uma parceria numa plataforma. A exploração das novas tecnologias poderia contribuir para resultados mais positivos ao nível da divulgação dos roteiros, apostando na interatividade e suscitando a curiosidade, por parte dos utilizadores. Na era das novas tecnologias, onde toda a informação está disponível à distância de uma consulta online, conclui-se que existe um subaproveitamento das mesmas em proveito próprio, na divulgação e promoção dos respetivos roteiros pedagógicos e atividades inerentes.

Quando foi pedido aos entrevistados que descrevessem o **modelo didático adotado no roteiro pedagógico**, verificou-se existir uma preocupação em descrever as atividades e os percursos do roteiro. Essa caracterização foi feita, de forma mais objetiva, no Centro de Ciência do Café. Na CARMIM, há a registar a ausência de atividades que integre um roteiro pedagógico específico e a dificuldade do mesmo se adaptar aos vários perfis de público. Na SOVENA/Oliveira da Serra concluímos que existe um roteiro programado, simples e com informação precisa. Ao longo do percurso, os visitantes tem contacto com a natureza, desde a matéria-prima, até ao tratamento e a sua transformação final.

Quanto às **atividades pedagógicas implementadas**, concluímos que a empresa mais empenhada e organizada a este nível é a DELTA Cafés. Ao longo do percurso, existem várias atividades: jogos didáticos e interativos que permitem aos visitantes aprender um pouco de tudo o que respeita ao café. A empresa SOVENA/Oliveira da Serra dispõe de algumas atividades, mais simplificadas, mas com uma componente pedagógica, nomeadamente o jogo da oliveira. No final, quando é apresentada a degustação dos vários azeites, é feita uma explicação da classificação dos azeites (anexo10), onde os visitantes são desafiados a tentar descrever algumas gamas pelo aroma. Já a CARMIM, tal como foi referido anteriormente, não tem programadas atividades, pelo que o percurso se baseia apenas na produção e degustação de vinhos no final. Conclui-se que a componente pedagógica, pouco presente nesta empresa,

embora preste alguma informação durante a visita que pode ser útil, nomeadamente no que diz respeito ao processo de vinificação, como se pode ler no (anexo 8). São, igualmente, explicados, oralmente, alguns conceitos ligados à produção de vinho (anexo 9).

Quanto aos **contributos pedagógicos** dos roteiros, há que referir a concordância entre todos os entrevistados, no que se refere à aprendizagem que é feita durante o percurso, no sentido de que sem o roteiro e a programação do mesmo, a informação não teria a mesma eficácia junto dos visitantes. Os roteiros permitem ordenar e esquematizar o percurso, com lógica e com sequência na informação veiculada. De facto, concluiu-se que os roteiros são muito eficazes, no que diz respeito às experiências e aprendizagens concretizadas, num contexto onde a vivência e partilha se destacam. Podemos, por isso, afirmar que os roteiros pedagógicos são espaços de aprendizagem não formal, quando organizada e com intencionalidade educativa, o que corrobora o que foi referido na abordagem teórica e conceptual deste trabalho.

Concluimos, igualmente, que no que se refere a **projetos futuros**, que apesar de só uma das empresas ter, expressamente, admitido esses projetos, as outras estariam a planear ou a projetar novas atividades e projetos.

As **comunidades** são sempre peças chave para o sucesso de um roteiro, se for bem acolhido na comunidade, a própria se encarrega de o promover e até ser parte integrante do mesmo. Concluimos, que todas as empresas estão bem integradas nas respetivas comunidades e estas tendem a participar nas atividades das empresas, existindo aqui um benefício comum, bastante positivo e salutar, o que é consequência da valorização das parcerias estabelecidas entre as empresas e as entidades locais identificadas no estudo.

Por último, e em relação à **avaliação dos roteiros**, há preocupação pela implementação do processo dos roteiros pedagógicos, contudo relega-se, para segundo plano a questão da avaliação dos níveis de satisfação dos visitantes.

A avaliação dos roteiros deve ser um instrumento/ferramenta a desenvolver nas empresas, na medida em que através dela podem ser recolhidas sugestões de melhoria dos mesmos e, com isso, garantir-se eventuais impactos no processo de aprendizagem dos visitantes.

Assim sendo, todas as empresas deveriam adotar mecanismos de avaliação mais eficazes e reconhecer nos mesmos, ferramentas de evolução e de melhoria de práticas e resultados.

Em jeito de conclusão, nos três roteiros pedagógicos, descritos neste estudo, verificamos que há experiências muito diversificadas, devido, também, às características dos próprios produtos e respetivas fileiras de produção.

A empresa que mais se destacou, em termos da organização do roteiro pedagógico e aprendizagem concretizada no seu percurso é a DELTA Cafés através do Centro de Ciência do Café. A aprendizagem ocorre desde que se entra no Centro até à saída, centrada em diferentes áreas do saber, conjugando a história, a geografia, a biologia, entre muitas outras áreas científicas. De seguida, a SOVENA/Oliveira da Serra, apesar do seu cariz inicial, ser apenas para visitas pontuais de clientes, atualmente, o centro de produção de azeites “Lagar do Marmelo”, é dos locais mais visitados da região onde está inserido, para além de ter uma perspetiva pedagógica com um roteiro bem delineado onde o foco é o ciclo de produção do azeite. Por fim, a CARMIM é a empresa que mais necessita de melhorar o seu roteiro, nomeadamente, adaptar algumas atividades à dinâmica do percurso e reformular a informação durante o processo da vinificação.

Ao terminarmos o presente trabalho, não poderíamos deixar de referir que os roteiros pedagógicos são, de facto, importantes na aprendizagem em contexto não formal o que se traduz numa assimilação de informações que devidamente organizadas podem depois ser exploradas e transferíveis para diferentes contextos como as salas de aula, as associações locais, os centros de dia, entre outros, na assunção de que aprendemos em diferentes contextos e ao longo da vida.

As aprendizagens ao longo da vida fazem de nós indivíduos mais ricos em conhecimentos, em aptidões e competências.

Limitações do estudo

No que diz respeito às limitações deste estudo, há a referir as distâncias entre as empresas intervenientes, com consequências na morosidade do processo de recolha dos dados.

De salientar, ainda, que, no início, houve alguma dificuldade em contactar as empresas, o que obrigou a deslocações consecutivas às empresas, parte delas, sem sucesso. Por via de muita insistência e, alguma ajuda externa, conseguimos estabelecer esses contactos, imprescindíveis na concretização do estudo.

Estas limitações conduziram à prorrogação dos prazos, inicialmente, estabelecidos para a conclusão do estudo.

Sugestões e recomendações

No âmbito dos roteiros pedagógicos identificados e descritos neste estudo, apresentam-se algumas recomendações tendo em vista a (*re*) construção ou adaptação dos mesmos, nomeadamente:

- a) As visitas de carácter pedagógico, geralmente, são feitas por grupos escolares com crianças e jovens, disponibilizando-se um percurso estruturado que deve zelar, também, pela segurança dos visitantes. Recomenda-se, assim, um percurso que consoante a dimensão do grupo se adapte ao mesmo, de molde a que as atividades se transformem em experiências educativas bem-sucedidas;
- b) O conhecimento adquirido nestes percursos é importante. Se for feito de uma forma divertida pode ser mais rico, pedagogicamente;
- c) O alinhamento dos conteúdos deve ser específico para cada grupo e adaptado em termos linguísticos;
- d) Deve ser construído um guião de visita, disponibilizado no início, a cada visitante, tendo em vista uma melhor coordenação e alinhamento das atividades;
- e) Os técnicos devem ter formação adequada e, em caso de necessidade, serem capazes de desenvolver metodologias de recurso.

Eventuais linhas de trabalho para o futuro

Ao longo da execução deste trabalho, e após várias visitas aos locais intervenientes neste estudo, surgiram algumas questões que poderão ser desenvolvidas e analisadas em linhas de trabalho futuras, nomeadamente:

- 1) *Qual o impacto dos roteiros pedagógicos nas regiões e comunidades onde se inserem?*
- 2) *Que dinâmicas renovadoras da tradição podemos encontrar nas fileiras de produção do vinho, no azeite e no café?*
- 3) *Quais os impactos destes roteiros pedagógicos na construção da sustentabilidade dos respetivos territórios?*

*“Saber que ensinar não é transferir conhecimento, mas
criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção”*

(Freire, 1998, p.25)

Referências Bibliográficas

- Anderson, T. & Kanuka, H. (2003). *E-Research, Methods, Strategies and Issues*. USA: Person Education.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Berbaum, J. (1992). *Desenvolver a capacidade de aprender*. Lisboa: Escola Superior de Educação João de Deus
- Berbaum, J.(1993). “*Aprendizagem e formação*”, Coleção Ciências da Educação, Porto: Porto Editora.
- Bodgan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.
- Bogdan, R. & Biklen, S. (2010). *Investigação Qualitativa em Educação: Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora.
- Canário, R. (2006). Formação e Adquiridos Experienciais: Entre a Pessoa e o Indivíduo. In Gérard Figari et al (orgs). *Avaliação de Competências e Aprendizagens Experienciais. Saberes, modelos e métodos*. Lisboa: Educa. pp. 35-46.
- Canário, R. (2006). *Tensões e desafios da educação de adultos na atualidade. Intervenção proferida por ocasião do seminário comemorativo dos 30 anos da Unidade de Educação de Adultos da Universidade do Minho*. Braga: Universidade do Minho.
- Cavaco, C. (2002). *Aprender fora da escola - Percursos de formação experiencial*. Lisboa: Educa.
- Centeno, R. (2003). *Metodologia da Pesquisa Aplicada ao Turismo* (1ª Edição). São Paulo: Editora Roca.
- Couceiro, M. (2002). "Um olhar sobre o reconhecimento de competências". In Isabel Silva, José Leitão & Márcia Trigo (orgs.). *Educação e Formação de Adultos. Factor de Desenvolvimento, Inovação e Competitividade*, Lisboa: ANEFA. pp. 41-44.
- Delors, J. (Coord.) (1996). *Educação, Um Tesouro a Descobrir. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre educação para o Século XXI*. Coleções Perspetivas Actuais. Porto: Edições Asa.
- Freire, P. (1998). *Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (2005). *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Furter, P. (s/d). La educación permanente dentro das perspectivas del desarrollo”. In Paulo Freire et al. *Educación para el cambio social*. Buenos Aires:Tierra Nueva.

Ghiglione, R. & Matalon, B. (1992). *O Inquérito – teoria e prática*. (1.ª Edição). Oeiras: Celta Editora.

Hill, M. & Hill, A. (2012). *Investigação por Questionário (2ª Edição)*. Lisboa: Edições Silabo.

Josso, M. (2002). *Experiências de Vida e Formação*. Lisboa: Educa.

Rousseau, E. (1999). *Da Educação*. São Paulo: Martins Fontes.

Larrosa, J. (2004). “ Notas sobre narrativa e identidade (A modo de presentación). In Maria Helena Abrahão (org.). *A aventura (auto)biográfica: teoria e empiria*. Porto Alegre: Edipucrs. pp. 11-22.

Nico, B. (2004). A Educação no epicentro do desenvolvimento local: o caso da freguesia de São Miguel de Machede. in *Atas do III Simpósio sobre Organização e Gestão Escolar – Políticas e Gestão Local da Educação*. Aveiro: Universidade de Aveiro. pp. 323-327.

Nico, B. (2007). Práticas Educativas e Aprendizagens Formais e Informais: *Encontros entre cidade, escola e formação de Professores*. in Inês Bragança et al (Orgs.) *Vozes da Educação: Memórias, histórias e formação de professores*. Petrópolis: DP et Alii Editora Ltda. pp. 197-206.

Nico, L. (2009). *Avaliação do(s) Impacto(s) do Processo de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências (RVCC), no Alentejo (período 2001-2005)* [Tese apresentada à Universidade de Évora tendo em vista a obtenção do Grau de Doutor em Ciências da Educação]. Évora: Universidade de Évora (policopiada).

Quintana, J. (1991). *Pedagogia Comunitária. Perspectivas mundiales de Educación de adultos*. Madrid: Narcea.

Quintana, J. (2000): *Pedagogia Social*. Madrid: Dykinson.

Quivy, R. & Campenhoudt, Luc (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Webgrafia

Amado, J. (2000). A Técnica da Análise de Conteúdo. Referência 5, 53-63,
Disponível: <https://woc.uc.pt/fpce/person/ppinvestigador.do?idpessoa=10057>

Fraga, N. Educação Formal, Não-Formal e Informal
Disponível: <http://www.trabalhosfeitos.com/topicos/praticas-de-educa%C3%A7ao-formal-e-informal/0>

Gadotti, M. (2005) A Questão da Educação Formal/Não-Formal, Institut International des Droits de L'enfant - Droit à l'éducation: solution à tous les problèmes ou problème sans solution?

Disponível: [http://www.virtual.ufc.br/solar/aula_link/llpt/A a H/estrutura politica gestao organizacional/aula_01/imagens/01/Educacao Formal Nao Formal 2005.pdf](http://www.virtual.ufc.br/solar/aula_link/llpt/A%20a%20H/estrutura%20politica%20gestao%20organizacional/aula_01/imagens/01/Educacao%20Formal%20Nao%20Formal%202005.pdf)

Marques, R. *A Pedagogia Construtiva de Lev Vygotsky (1896-1934)*. PDF
Disponível: http://www.eses.pt/usr/ramiro/docs/etica_pedagogia/A%20Pedagogia%20construtivista%20de%20Lev%20Vygotsky.pdf

Rabello, E.T. e Passos, J. S.; *Vygotsky e o desenvolvimento humano*. Disponível: <http://www.josesilveira.com>

Reinehr, R. (2012) Recursos educacionais abertos na aprendizagem informal e no autodidatismo - Recursos Educacionais Abertos, Práticas Colaborativas e Políticas Públicas. (1ª ed.) São Paulo.

Disponível: <http://livrorea.net.br/livroREA-1edicao-mai2012.pdf>

Rodrigues, M. & P. Valois (Edits.), *Avaliação de Competências e Aprendizagens Experienciais: Saberes, modelos e métodos*. Lisboa: Educa.
Disponível: [https://www.researchgate.net/publication/297579083 Educacao e Formacao de Jovens e Adultos em Portugal e no Brasil Politicas Praticas e Atores](https://www.researchgate.net/publication/297579083_Educacao_e_Formacao_de_Jovens_e_Adultos_em_Portugal_e_no_Brasil_Politicadas_Praticas_e_Atores)

Rosa, P. "A teoria de Vygotsky – Capítulo 5"; Departamento de Física UFMS; (PDF)
Disponível: [http://www.academia.edu/4469380/A teoria de Vygotsky Cap%C3%ADtulo o 5 Cap%C3%ADtulo V A Teoria de VygotskyIntrodu%C3%A7%C3%A3o a teoria de Vygotsky Cap%C3%ADtulo 5](http://www.academia.edu/4469380/A%20teoria%20de%20Vygotsky%20Cap%C3%ADtulo%205%20Cap%C3%ADtulo%20V%20A%20Teoria%20de%20Vygotsky%20Introdu%C3%A7%C3%A3o%20a%20teoria%20de%20Vygotsky%20Cap%C3%ADtulo%205)

<http://www.aeportugal.pt/Inicio.asp?Pagina=/Aplicacoes/SectoresEmpresariais/Sector&Menu=MenuInfoEconomica&IDSector=1>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-beja/>

<http://www.redalyc.org/pdf/2912/291231725019.pdf>

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/36>

<http://educacaoprofissional.esy.es/Trabalhos/TD9140969316.pdf>

<https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/a-unesco/sobre-a-unesco/historia>

<http://www.slideshare.net/nfraga/educacao-formal-noformal-e-informal>

http://dhnet.org.br/dados/relatorios/a_pdf/r_unesco_educ_tesouro_descobrir.pdf

<http://ourobrasil.tur.br/roteiros/pedagogicos/>

[www.oei.es/etp/cualificacion versus **competencia** calmon arruda.pdf](http://www.oei.es/etp/cualificacion%20versus%20competencia%20calmon%20arruda.pdf)

[http://www.ufrgs.br/pgdr/dissertacoes_teses/arquivos/mestrado/PGDR M 149 ANGE
LA KLEIN.pdf](http://www.ufrgs.br/pgdr/dissertacoes_teses/arquivos/mestrado/PGDR_M_149_ANGELA_KLEIN.pdf)

<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/1127/1511>

<http://www.carmim.eu/content/1/42/bons-momentos>

<http://www.delta-cafes.pt/pt/empresa/historia/universo-delta>

<http://www.drapal.min-agricultura.pt/producao/viticultura/informacoes.html>

<http://www.drapal.min-agricultura.pt/producao.html>

<https://infoeuropa.euroid.pt/files/database/000033001-000034000/000033814.pdf>

http://en.wikipedia.org/Wiki/Lev_Vygotsky

<http://www.drapal.min-agricultura.pt/>

<http://www.vinhosdoalentejo.pt/produtores.php?id=2>

<http://portalnacional.com.pt/beja/empresas/agricultura-e-pecuaria/produtores/>

http://www.allentejo.com/?page_id=88

[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpu
b_boui=277199010&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=277199010&PUBLICACOESmodo=2)

<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/ocde.htm>

<http://www.instituto-camoes.pt/cooperacao-multilateral/ocde>

[http://www.oecd.org/education/achieving-sustainable-development-goal-for-education-
by-2030-will-be-major-challenge-for-all-countries.htm](http://www.oecd.org/education/achieving-sustainable-development-goal-for-education-by-2030-will-be-major-challenge-for-all-countries.htm)

<http://www.oecd.org/skills/>

<https://www.youtube.com/watch?v=2fLIGLr8RQs>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000862/086291por.pdf>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230540POR.pdf>

<http://www3.uma.pt/jesusousa/CCC/5.%20Por%20ou%20Com%20objetivos.pdf>

<http://empowertolive.pt/2-uncategorised/35-aprender-a-aprender-2>

<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4716/1/TelmaMatias.pdf>

<http://www.apagina.pt/?aba=7&cat=98&doc=8262&mid=2>

http://www.nerbe.pt/images/listagem_associados_nerbe_4_2016.pdf

<http://www.nerpor.pt/informacao-empresarial/empresas-da-regiao>

<http://www.nere.pt/?q=listagem-associados>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-evora/>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-evora/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-evora/>

http://www.infoempresas.com.pt/C1083_INDUSTRIA-CAFE-CHA.html

http://www.infoempresas.com.pt/C10412_PRODUCAO-AZEITE.html

http://www.infoempresas.com.pt/A01261_OLIVICULTURA.html

http://www.infoempresas.com.pt/A0121_VITICULTURA.html

Legislação Consultada

Lei nº3/79 de 10 de Janeiro (Recuperado de <https://dre.tretas.org/dre/33580/lei-3-79-de-10-de-janeiro>, em 21 de Abril de 2015)

Recomendação 1/97 de 1 de Março de 1997 (Recuperado <http://www.am-lisboa.pt/documentos/1456797833P0gNP3wn5Ay56EQ1.pdf>, em 14 de junho de 2016)

Decreto-Lei nº 387/99 de 28 de Setembro (Recuperado de <https://dre.tretas.org/dre/106134/decreto-lei-387-99-de-28-de-setembro>, em 17 de Junho de 2016)

Lei n.º 46/86, de 14 de Outubro - Lei de Bases do Sistema Educativo (Recuperado de https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/EInfancia/documentos/lei_bases_do_sistema_educativo_46_86.pdf, em 17 de Junho de 2016)

Portaria nº 1082-A/2001, de 5 de Setembro (Recuperado de <https://dre.tretas.org/dre/144920/portaria-1082-A-2001-de-5-de-setembro>, em 2 de Julho de 2016)

ANEXOS

ANEXO 1 – “ O Desenvolvimento dos Competentes”

O Desenvolvimento dos Competentes

O desenvolvimento das zonas rurais faz-se através da competência daqueles que lá estão e, principalmente, da dos que nunca lá estiveram. Este será, por ventura, um dos maiores engulhos no desenvolvimento das zonas rurais. Para o mundo rural remete-se o desenvolvimento que não se quis para as zonas urbanas. Há portanto uma lógica tão incoerente quanto inexplicável. Sempre que nos referimos ao mundo rural, enfatizamos a sua cultura, genuinidade, ambiente, solidariedade. Mas o que prevalece é o atraso, o subdesenvolvimento ou a falta de oportunidades. Parece pois que o mundo rural é o conforto dos culpados.

O presente caso da subida de preço dos cereais é verdadeiramente paradigmático. O desprendimento das ajudas à produção levou em Portugal a uma menor produção de

cereais e ao aumento das áreas abandonadas. Não produzindo, os apoios aos agricultores justificam-se pelo serviço inestimável que estes prestam à sociedade e que deverá, portanto, ser remunerado (e, curiosamente, o orçamento comunitário baixou). Ora, se a agricultura fosse rentável, se os cereais continuassem a sua escalada de preços, provavelmente as razões que hoje sustentam o apoio a grande parte das áreas agrícolas deixariam de valer. O remendo já não seria necessário. Parece pois que o mundo rural agrícola apenas merece o desenvolvimento sustentável e presta serviços inestimáveis à sociedade quando está em crise.

Se calhar a maior competência de que o mundo rural necessita é mesmo o "golpe de rins".

Rui Veríssimo Barista
Chefe de Projecto PIC LEADER+

ANEXO 2- Proposta de Dissertação

	MESTRADO PROPOSTA DE DISSERTAÇÃO
---	---

APROVAÇÃO DO CONSELHO CIENTÍFICO DA ESCOLA
<input type="checkbox"/> Aprovado <input type="checkbox"/> Não Aprovado
Fundamentação da não aprovação (a ser registada no gesdoc para notificação ao estudante):

PARECER DO DIRECTOR DE CURSO (A SER EMITIDO ANTES DA ENTREGA DO PROJETO NOS SAC)

1. IDENTIFICAÇÃO DO ALUNO	
Nome Mariana Rosa Rocha Casado	Nº 10941
Telefone 962059189	E-mail marianacasado@gmail.com
Curso:	Mestrado em Ciências da Educação – Educação Comunitária
<input type="checkbox"/> Entrega de 1º Projeto <input type="checkbox"/> Entrega de Projeto reformulado <input type="checkbox"/> Entrega de 2º Projeto por Reingresso	

2. IDENTIFICAÇÃO DO ORIENTADOR (ANEXAR DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO)			
Orientador		Prof.ª Doutora Lurdes Judite Dionísio Pratas Nico	
Universidade/Instituição		Universidade de Évora	
Telefone	93 608 20 21	E-mail	lpnico@uevora.pt

3. IDENTIFICAÇÃO DO CO-ORIENTADOR (ANEXAR DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO)		
Orientador		
Universidade/Instituição		
Telefone	E-mail	

4. TIPO DE TRABALHO (DISSERTAÇÃO, ESTÁGIO, TRABALHO PROJECTO, RELATÓRIO PROFISSIONAL)			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dissertação	Estágio	Trabalho Projecto	Relatório Profissional

5. TÍTULO DA TESE/DISSERTAÇÃO/ESTÁGIO/PROJECTO TRABALHO/RELATÓRIO PROFISSIONAL	
Título	Os Roteiros Pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo: um estudo exploratório

6. RESUMO DO TRABALHO
1. Enquadramento Teórico
<p>A educação é um dos temas que há muito se encontra na ordem do dia, fala-se de aprendizagens ao longo da vida, de experiências vividas e de competências adquiridas, todos são conceitos deveras importantes no contexto social, económico e cultural em que nos encontramos. A educação deixou de estar presa no espaço escola e passou a ter um papel importante na evolução e na formação do ser humano, pois sabemos que ao longo da nossa existência estamos continuamente a aprender. Em Portugal essa aprendizagem também é reconhecida fruto da implementação de algumas políticas empreendedoras.</p> <p>Hoje em dia a aprendizagem dá-se de variadas maneiras, aprende-se noutras escolas, outras línguas, aprende-se na televisão, na internet, nas redes sociais, nos cursos de formação, no local de trabalho, nos campos de férias, nos museus, centros de ciências, no café, nas festas, nos encontros temáticos, ou seja em todos os espaços públicos que permitam a partilha e a discussão de informações e impressões, e que nos permitem absorver fragmentos de uma cultura cada vez mais vasta, mais complexa e global.</p>

A educação estruturada e certificada que ocorre nos sistemas de ensino, denominada por educação formal, contrapõe-se à educação informal, de carácter esporádico e não organizado, que ocorre nas famílias ou nas comunidades.

Há, no entanto, uma terceira via educativa reconhecida a educação não formal, interposta entre as apresentadas, no que respeita à formalidade e à estruturação das tarefas pedagógicas.

Nas duas últimas décadas, a melhoria das condições de vida, a falta de tempo para a educação familiar, a evolução dos recursos mediáticos e das tecnologias da informação, contribuíram para um alargamento muito expressivo do campo de ação da educação não formal. O relativo sucesso anunciado pelas ofertas de educação não formal, um pouco por todo o mundo, abriu também um novo campo de investigação nas ciências da educação, designadamente, no que respeita à sua complementaridade com a educação formal veiculada pelos sistemas educativos. É talvez no carácter inovador e flexível da ação de ensino aprendizagem não formal que residem algumas das melhores expectativas educacionais, em especial, no quadro contemporâneo de crescente questionamento da eficácia da ação educativa em meio escolar.

Relativamente aos contextos da educação formal, perpetuados, na sua essência, pelos sistemas educativos, a educação não formal tem aplicado recursos didáticos e estratégias de ensino bastante inovadores, possivelmente, mais eficazes do ponto de vista da motivação e da construção de aprendizagem significativa, que privilegiam a bordagem contextualizada e interdisciplinar de conteúdos variados e que promovem uma relação educativa mais flexível, mais focada na estrutura do sujeito aprendiz e no seu estágio de desenvolvimento.

2. Justificação da Dissertação

A minha proposta de investigação visa a análise dessas políticas pedagógicas e educativas em contexto empresarial no ramo agroalimentar, empresas que fomentam e promovem a aprendizagem não formal quer de crianças, jovens ou adultos através de circuitos educativos.

Sabendo que o processo educativo congrega de forma intrínseca a aprendizagem e o desenvolvimento humano sendo o ato educativo conotado com objetivos mais ou menos informais de aculturação e de transmissão de normas, valores e saberes sociais que podem ser transmitidos quer pela família, escola ou pela sociedade em si, e sabendo que nas sociedades contemporâneas, desenvolvidas e industrializadas, o processo educativo está cada vez mais longe da responsabilidade exclusiva dos pais e professores. São várias as formas de transmissão de conhecimento que permitem a aprendizagem e o desenvolvimento para além da escola e da família.

É também como força percursora de uma nova cultura educativa, legítima e oportuna, que a educação não formal se equaciona cada vez mais como uma medida social de promoção de culturas e modos de vida. Este processo implica ainda um esforço na definição de estratégias e modelos adequados e um posicionamento correto dos serviços e produtos inerentes aos roteiros turísticos e pedagógicos implementados, tendo em consideração o público e as suas especificidades e exigências, assim como a evolução dos métodos e processos de produção da indústria agroalimentar e a sua relação com as características naturais e culturais do meio envolvente.

O presente trabalho de investigação enquadra-se, precisamente, na linha do ensino-aprendizagem em ambientes e contextos diversificados, sob o tema da educação não formal em contexto agroambiental.

Canário (2006) citando o relatório da UNESCO (Recomendação sobre a educação de adultos aprovada em Nairobi - 1976) transcreve a seguinte frase “o conjunto de processos organizados de educação qualquer que seja o conteúdo, o nível e o método, quer sejam formais ou não formais, quer prolonguem ou substituam a educação inicial dispensada nos estabelecimentos escolares e universitários e sob a forma de aprendizagem profissional, graças aos quais pessoas consideradas como adultas pela sociedade de que fazem parte desenvolvem as suas aptidões, enriquecem os seus conhecimentos, melhoram as suas qualificações técnicas ou profissionais ou lhes dão uma nova orientação, e fazem evoluir as suas atitudes ou o seu comportamento na dupla perspetiva de um desenvolvimento integral do homem e de uma participação no desenvolvimento socioeconómico e cultural equilibrado e independente.” (p.36)

3. Tema, Questão de partida e Objetivos

Tema: Os Roteiros Pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo

Questão de Partida e Objetivos:

No projeto assumimos a seguinte questão de partida:

- Como foram desenhados e são concretizados os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo?

Na sequência da ponderação do problema que nos propomos investigar, definimos **dois objetivos gerais**:

- Identificar instituições empresariais do ramo agroalimentar do Alentejo que implementam roteiros pedagógicos;
- Descrever eventuais modelos didáticos implementados em roteiros pedagógicos desenvolvidos na indústria agroalimentar do Alentejo

Decorrendo das premissas, anteriormente apresentadas, definem-se os seguintes **objetivos específicos**:

- Identificar as empresas do ramo agroalimentar do Alentejo que promovem Roteiros Pedagógicos;
- Descrever os objetivos das empresas agroalimentares na criação dos roteiros pedagógicos;
- Conhecer as estratégias educativas/pedagógicas implementadas, no âmbito dos Roteiros Pedagógicos;
- Identificar o público-alvo dos Roteiros Pedagógicos;
- Caracterizar os Roteiros Pedagógicos das empresas do ramo agroalimentar.

4. Metodologia

Proponho-me desenvolver um **estudo exploratório**, cujo objetivo é obter uma visão geral acerca dos roteiros pedagógicos da indústria agroalimentar no Alentejo.

Tendo em conta que a questão de partida e os objetivos propostos, o estudo assume uma natureza descritiva e interpretativa, com recurso a uma metodologia mista, envolvendo abordagem quantitativa e qualitativa, pois segundo Bogdan e Biklen (1994) a abordagem qualitativa dá primazia à descrição, à indução, ao estudo das perceções pessoais e à teoria fundamentada. O objetivo deste tipo de investigação é, segundo os autores “(...) compreender como e qual o significado que as pessoas constroem para os acontecimentos”.

No projeto de investigação pretendo:

1.ª Fase - identificar as grandes empresas do ramo agroalimentar instaladas na região Alentejo e a partir desse levantamento identificar as que desenvolvem roteiros pedagógicos.

2.ª Fase – Selecionar algumas das empresas que implementam os roteiros pedagógicos (4 a 5 empresas), analisando e caracterizando, em cada uma delas, os respetivos roteiros pedagógicos.

A delimitação do estudo resume-se, como já, referi à região Alentejo, sendo que, na última década, surgiram alguns roteiros pedagógicos, resultado do desenvolvimento e da forte evolução da indústria agroalimentar, nomeadamente na área dos azeites, vinhos, frutas, plantas aromáticas e medicinais, entre outras.

4.1. Instrumentos

Tendo em conta a problemática do estudo e a população (empresas do ramo agroalimentar instaladas na região Alentejo), concluímos que os instrumentos de recolha de dados mais eficazes serão o inquérito **por questionário e a entrevista semiestruturada**.

Depois da análise dos resultados dos questionários e das entrevistas proceder-se-á à realização das conclusões finais.

A entrevista semiestruturada, sendo uma conversa exploratória com o entrevistado, este tipo de entrevista tem como base não ser tão rígida como uma entrevista formal, terei de elaborar um guião adaptável e que permita aprofundar questões e a flexibilidade e possibilidade de adaptação do entrevistado ao contexto do tema, permitindo uma recolha de dados mais alargada. Por isso o guião da entrevista é fundamental para que se possa fazer uma recolha de dados qualitativos que permitam uma análise mais profunda da temática.

Segundo Raymond Quivy e Luc Van Campenhoud (1992), as entrevistas semiestruturadas ou semidiretivas, permitem que o entrevistado tenha alguma liberdade para desenvolver as respostas segundo a direção que considere adequada, explorando, de uma forma flexível e aprofundada, os aspetos que considere mais relevantes. Assim as principais vantagens deste tipo de entrevista sejam: a possibilidade de acesso a uma grande riqueza informativa; a possibilidade do entrevistador esclarecer alguns aspetos no seguimento da mesma, o que a entrevista mais estruturada ou questionário não permite.

7. PLANO																
	ANO	2014												2015		
	Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	
FASES	1.Planeamento da pesquisa (pré-projecto).Estudos Exploratórios															
	2.Revisão da Literatura															
	3.Definição da População/Amostra															
	4.Construção e validação de instrumentos de recolha de dados															
	5.Recolha de dados															
	6.Tratamento e análise de dados															
	7.Construção e revisão de texto final															
	8.Entrega de dissertação															

Bibliografia

Bodgan, R., E Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.

Canário, R. (2006). Formação e Adquiridos Experienciais: Entre a Pessoa e o Indivíduo. In G. Figari, P.

Rodrigues, M. P. Alves, & P. Valois (Edits.), *Avaliação de Competências e Aprendizagens Experienciais: Saberes, modelos e métodos*. Lisboa: Educa.

Quivy, Raimond e Campenhoudt, Luc Van (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva

8. DECLARAÇÃO E ASSINATURA DO ALUNO

Nos termos do artº 22º da Ordem de Serviço nº 8/2013, entrego o projeto de Dissertação/

Trabalho Projeto ou /Estágio/Relatório Profissional (riscar o que não interessa) do qual, após aprovado pelo Conselho Científico, será efetuado o respetivo registo nos Serviços Académicos na Universidade de Évora. Declaro que caso efetue alguma alteração a este projeto a ser aprovado (título, orientador, língua, etc) procederei nos termos do ponto 3. do artº 23º da Ordem de

Serviço nº8/2013, entregando projeto de alteração de projeto no prazo máximo de 30 dias

antes da entrega da Dissertação/Trabalho Projeto ou /Estágio/Relatório Profissional .

Data ____/____/____ Assinatura _____

Observações:

ANEXO 3 – Guião de Entrevista



Universidade de Évora

Mestrado em Ciências da Educação – Variante Educação Comunitária

Nome: Mariana Casado nº 10941

Guião de Entrevista Semiestruturada

A presente entrevista insere-se num trabalho de Dissertação do Mestrado em Ciências da Educação, variante Educação Comunitária, da Universidade de Évora.

O objetivo é a recolha de informação que nos permita conhecer e descrever os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo.

A entrevista será efetuada de forma oral, gravada e, posteriormente, transcrita e destina-se aos responsáveis pelos roteiros pedagógicos das empresas selecionadas para este trabalho de investigação (DELTA Cafés; CARMIM e Oliveira da Serra).

A informação será tratada convenientemente com recurso à técnica de análise de dados.

Caso seja do interesse do entrevistado, disponibilizaremos toda a informação recolhida, assim como uma cópia do respetivo trabalho.

Bibliografia consultada:

CENTENO, ROGELIO R. (2003).*Metodologia da Pesquisa Aplicada ao Turismo* (1ª Edição). São Paulo: Editora Roca.

GHIGLIONE, R. & MATALON, B. (1992).*O Inquérito – teoria e prática*. (1.ª Edição). Oeiras: Celta Editora.

HILL, MANUELA M. & HILL, ANDREW (2012).*Investigação por Questionário* (2ª Edição). Lisboa: Edições Silabo.

QUIVY, RAYMOND & CAMPENHOUDT, LUC V. (1992).*Manual de investigação em Ciências Sociais* (1ª Edição). Lisboa: Gradiva.

Tema:

“Os Roteiros Pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo”

Questão de partida:

- Como foram desenhados e são concretizados os roteiros pedagógicos na indústria agroalimentar do Alentejo?

Objetivos Gerais:

- Identificar as instituições empresariais do ramo agroalimentar do Alentejo que implementam roteiros pedagógicos;
- Caracterizar os modelos didáticos implementados em roteiros pedagógicos desenvolvidos na indústria agroalimentar do Alentejo.

Guião da Entrevista Semiestruturada

Blocos	Objetivos Específicos	Questões
<p>A informação recolhida neste questionário é confidencial e destina-se exclusivamente a fins académicos. Caso seja do interesse do entrevistado, disponibilizar-se-ão os resultados deste estudo de investigação.</p>		<p>Identificação do entrevistado (Nome, funções e responsabilidades na empresa)</p>
<p>A – Caracterização da empresa promotora do Roteiro Pedagógico no ramo da indústria agroalimentar do Alentejo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer o percurso profissional do entrevistado. - Identificar e localizar geograficamente a empresa. - Descrever o contexto educativo, social e económico da região onde se insere a empresa. - Identificar as estratégias educativas da empresa, no contexto da responsabilidade social da mesma - Contributos e responsabilidades da empresa junto da comunidade onde está inserida. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Quais são as funções que desempenha na empresa? 2- E em relação á sua experiência profissional, considera-a uma mais-valia na função que desempenha na empresa? 3- Como caracteriza o contexto geográfico e social de intervenção da empresa? 4- Quais são as estratégias educativas implementadas pela empresa, no contexto da sua responsabilidade social? 5- Considera que a empresa está integrada na comunidade participando na mesma, de forma ativa? 6- Identifique os contributos que a empresa tem prestado à comunidade. 7- Quais são as atividades e parcerias estabelecidas entre a empresa e as entidades locais da comunidade?

		8- De forma geral, quais são os impactos resultantes de toda a dinâmica da empresa a nível local, regional e até nacional?
B- – Objetivos da empresa na disponibilização do Roteiro Pedagógico	- Conhecer os objetivos da empresa na implementação do(s) roteiro(s) pedagógico(s).	9- Quais os objetivos da empresa na criação do (s) roteiro (s) pedagógico (s)?
C- Perfil dos colaboradores no âmbito da organização do Roteiro Pedagógico	- Conhecer o perfil dos colaboradores que exercem as funções no âmbito dos roteiros pedagógicos. - Conhecer a formação disponibilizada aos colaboradores em contexto de trabalho	10- Existe algum critério na seleção do perfil dos colaboradores envolvidos na organização e concretização do roteiro pedagógico? Se sim, qual (ais)? 11- Os colaboradores recebem formação em contexto de trabalho? Que tipo de formação e com que regularidade é ministrada? 12- Pode exemplificar que tipo de formação é ministrada? 13- Na sua opinião a formação disponibilizada aos colaboradores vai ao encontro das políticas pedagógicas e educativas implementadas pela empresa?
D – Divulgação e Público-alvo da empresa na disponibilização de Roteiros Pedagógicos	- Identificar as formas/estratégias de divulgação do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s).	14- Que estratégias/mecanismos foram implementados na empresa com vista à divulgação e promoção das atividades no roteiro?

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar o público-alvo do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s). - Caracterizar o público-alvo do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s). 	<p>15- A que tipo (s) de público (s) está direcionado o Roteiro Pedagógico da empresa?</p> <p>16- Quais as condições de participação no Roteiro pedagógico?</p>
<p>E –Modelo Didático no âmbito dos Roteiros Pedagógicos desenvolvidos no ramo da indústria agroalimentar do Alentejo</p> <p>E1. Modelo didático</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer o modelo didático implementado assim como a sua contribuição para a aprendizagem e desenvolvimento humanos. - Conhecer a importância da disponibilização do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s) na aprendizagem dos participantes - Identificar a atuação da empresa no fomento e promoção da educação não formal através de circuitos educativos. - Identificação do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s). - Caracterizar as atividades pedagógicas e educativas desenvolvidas no âmbito dos roteiros pedagógicos 	<p>17- O Roteiro pedagógico foi criado tendo por base algum Modelo pedagógico em especial? Se sim, identifique e descreva-o?</p> <p>18- Qual o contributo do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s) disponibilizado(s) pela empresa na aprendizagem e no desenvolvimento dos participantes?</p> <p>19- Na sua opinião, qual o contributo da empresa, através da disponibilização do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s), no campo da educação não formal?</p> <p>20- Identifique e descreva as atividades pedagógicas e educativas que integram o(s) roteiro(s)?</p>
<p>E.2.Actividades pedagógicas e educativas no âmbito do Roteiro Pedagógico</p>		
<p>F – Parcerias e Recursos envolvidos na organização do Roteiro Pedagógico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar as parcerias estabelecidas entre a empresa e outras instituições na 	<p>21- Quais as parcerias estabelecidas entre a empresa e outras</p>

	<p>disponibilização do Roteiro Pedagógico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar os recursos envolvidos na organização do(s) Roteiro(s) Pedagógico(s) (financeiros, técnicos e humanos). 	<p>instituições na disponibilização do Roteiro Pedagógico?</p> <p>22- Estão implementadas atividades em parceria com a comunidade e com entidades locais? Descreva-as e caracterize as mesmas quanto à sua importância no roteiro.</p> <p>23- Que tipo de recursos são necessários para a implementação do roteiro? (financeiros, técnicos, humanos,...)</p>
<p>G – Avaliação das atividades desenvolvidas no âmbito do Roteiro Pedagógico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar os meios de avaliação das atividades desenvolvidas no âmbito do Roteiro Pedagógico - Conhecer os impactos da implementação do Roteiro Pedagógico na empresa - Identificar projetos futuros no âmbito da atividade educativa da empresa 	<p>24- De que forma é feita a avaliação das atividades do roteiro? (recursos, ou mecanismos, método de avaliação)</p> <p>25- Em termos de resultados obtidos, quais são os principais impactos da implementação do Roteiro Pedagógico na empresa (n.º de visitantes, nível profissional, pessoal, social e económico)?</p> <p>26- Estão previstos ou delineados alguns projetos educativos futuros dentro da dinâmica evolutiva da empresa?</p> <p>27- Fale, um pouco, desses projetos, dos objetivos e da sua implementação, e de como surgiu essa necessidade.</p>

*ANEXO 4 – Carta enviada às Empresas
participantes no estudo*

Exmos. Srs.

Responsável pelo Marketing ou educação

Sou aluna de Mestrado em Ciências da Educação na Universidade de Évora, e encontro-me na fase de dissertação (Tese) cujo tema “ Roteiros Pedagógicos na Industria Agroalimentar do Alentejo” é o meu objeto de investigação.

Para abranger toda a Região Alentejo, e depois de um levantamento exaustivo de todas as empresas ligadas á agroindústria, fiz uma seleção das que possuem roteiros educativos intrínsecos á sua atuação laboral. Pelo que selecionei 3 empresas que gostaria de estudar com mais rigor e critério, sendo a DELTA na área dos cafés, a CARMIM na área dos vinhos e a Oliveira da Serra na área dos azeites. O critério de seleção prende-se com a dimensão e a importância na região, e todas elas recebem visitas programadas, ou seja, possuem um roteiro pedagógico estruturado e delineado.

Neste sentido venho solicitar a V. Ex^a uma reunião para que possa explanar melhor as minhas intenções e objetivos do trabalho, assim como pedir autorização para poder estudar e fazer referência ao nome da empresa na dissertação.

Segue em anexo uma declaração da universidade de Évora assinada pela minha orientadora de Mestrado. Deixo ainda o meu contacto móvel (962059189) para eventuais esclarecimentos.

Aguardo com expectativa e ansiedade por uma resposta.

Com os melhores cumprimentos,

Mariana Casado

*ANEXO 5 – Email enviado aos Professores para
validação do Guião de entrevista*

Exmo. (a) Prof.(a) _____

Sou a Mariana Casado, aluna do Mestrado em Ciências da Educação/Educação Comunitária na Universidade de Évora, com o número 10941 e encontro-me, neste momento, a realizar a minha dissertação de mestrado.

Começo por tecer um breve enquadramento acerca da dissertação.

O trabalho tem como título “Modelos Didáticos implementados pelas empresas agroalimentares do Alentejo que proporcionam uma aprendizagem educativa” e é orientado pela Professora Doutora Lurdes Pratas Nico.

O trabalho de investigação visa a análise dos modelos didáticos implementados em contexto empresarial, no ramo agroalimentar, em empresas do Alentejo que fomentam e promovem a aprendizagem não formal, através da disponibilização de circuitos educativos, junto de crianças, jovens ou adultos.

Na última década, surgiram na região Alentejo, alguns roteiros pedagógicos, resultado do desenvolvimento e da forte evolução da indústria agroalimentar, nomeadamente nas áreas do azeite, vinho, frutas, plantas aromáticas e medicinais, entre outras.

Tratando-se de estudo de natureza descritiva e interpretativa, optou-se por uma metodologia qualitativa, pois segundo Bogdan e Biklen (1994, p.11), a abordagem qualitativa dá primazia à descrição, à indução, ao estudo das perceções pessoais e à teoria fundamentada. O objetivo deste tipo de investigação é, segundo os autores, “(...) compreender como e qual o significado que as pessoas constroem para os acontecimentos”.

Como instrumento de recolha de dados selecionei a entrevista semiestruturada, a aplicar aos responsáveis dos circuitos educativos de três empresas agroalimentares do Alentejo: a Delta Cafés (Campo Maior), CARMIM (Reguengos de Monsaraz) e Oliveira da Serra (Ferreira do Alentejo).

A recolha dos dados será efetuada através do registo de notas e/ou gravando em formato áudio ou vídeo.

A questão de partida e os objetivos do estudo encontram-se indicados na parte inicial do Guião da entrevista.

Deste modo, solicito ao Professor _____ a sua apreciação ao Guião da entrevista, que segue em anexo.

Agradeço a sua atenção e fico disponível para quaisquer esclarecimentos.

Cumprimentos,

Mariana Casado

ANEXO 6 – Matriz de Codificação das Entrevistas

Matriz de Codificação das Entrevistas

<i>CATEGORIA</i>	<i>SUB-CATEGORIA</i>	<i>CONTEÚDOS DOS INDICADORES</i>
A – Caracterização/Missão e objetivos da Empresa	Contexto Geográfico e social da Empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Localização - Interior/Interioridade - Proximidade com Espanha - Acessos
	Equipa	<ul style="list-style-type: none"> - Funções na empresa - Experiência pedagógica - Responsabilidades - Formação na empresa
	Missão da Empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa - Dimensão Socioeconómica - Estrutura da Empresa - Funcionamento - Objetivos
B – Divulgação e Público-alvo	Caracterização do Público-Alvo	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de Públicos - Perfil dos visitantes - Conhecimentos - Visitas
	Formas e estratégias de divulgação/promoção do Roteiro	<ul style="list-style-type: none"> - Site da Empresa - Facebook

		<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma on-line - Internamente
C – Modelo didático implementado	<p>Descrição do Modelo didático</p> <hr/> <p>Contributo pedagógico</p> <hr/> <p>Atividades pedagógicas implementadas no roteiro</p> <hr/> <p>Projetos e dinâmicas futuras no âmbito da atividade educativa da empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Roteiro Pedagógico - Contributo do Roteiro na Aprendizagem dos visitantes - Educação Não-formal - Responsabilidade pedagógica do Roteiro - Adaptação dos conteúdos informativos ao perfil do visitante - Contributo da empresa na disponibilização do Roteiro Pedagógico - Atividades pedagógicas e educativas implementadas - Projetos educativos programados - Atividades, dinâmicas e projetos futuros em preparação - Objetivos e necessidades da empresa no desenvolvimento de novas atividades

<p>D – Comunidade e Parcerias estabelecidas</p>	<p>A empresa e a sua integração na comunidade</p> <hr/> <p>Parcerias estabelecidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Integração da empresa na comunidade local - Contributos do Roteiro para a comunidade e para a região - Participação da comunidade nas atividades - Parcerias estabelecidas entre a empresa e as entidades locais e impactos resultantes a nível local - Implementação de atividades em parceria com outras entidades
<p>E – Avaliação do roteiro</p>	<p>Meios de Avaliação das atividades desenvolvidas no Roteiro Pedagógico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação do grau de satisfação do visitante, e impactos na dinâmica da empresa - Meios, recursos e mecanismos utilizados para avaliação das atividades - Implementação de novos mecanismos de avaliação

ANEXO 7 – Grade de registo da análise de conteúdo

Grade de registo da análise de conteúdo

Categorias	Indicadores
A – Caracterização/Missão e objetivos da Empresa	<p>E1.1.1 – Sou diretora do centro de ciência viva do café.</p> <p>E1.1.2 – Partilha de responsabilidades com toda a equipa dado que somos uma equipa de 12 pessoas.</p> <p>E1.1.3 – Atividades inerentes ao funcionamento do centro quer na sua missão científica, missão educativa ou educação cultural.</p> <p>E1.1.4 – Atividades relacionadas com a área da comunicação do marketing e do planeamento de atividades.</p> <p>E1.1.5 – Estamos junto ao eixo Lisboa/Madrid, ou seja estamos muito perto de Espanha.</p> <p>E1.1.6 – A vantagem de sermos do interior é que somos do interior do país, mas estamos mais perto do centro da Europa.</p> <p>E1.1.7 – Não temos o estigma da interioridade.</p> <p>E1.3.8 – Este centro dá vida ao Norte Alentejano, é mais um motivo para vir a esta zona do país.</p> <p>E1.6.4 – dentro da equipa temos pessoas que respondem em 3 línguas, português, inglês e espanhol e em francês.</p> <p>E1.8.4 – Aqui trabalham 12 pessoas, 4 guias em permanência, mais duas pessoas que reforçam sempre que necessário.</p> <p>E1.8.5 – há funções distintas, mas nós fazemos de tudo.</p> <p>E1.8.6 – todos estão preparados para fazer visitas, tirar café, para aquilo que for necessário.</p> <p>E1.8.7 – pessoas que vieram de várias áreas para fazer uma equipa diversificada e de qualidade.</p> <p>E1.10.3 – pretendemos entrar em novos mercados e atingir novos públicos.</p> <p>E2.1.1 – Sou responsável pelo Lagar, imagem, comunicação, marketing e enoturismo.</p>

	<p>E2.1.2 – A nível de enoturismo temos um espaço que acolhemos grupos que podem ir até 250 pessoas.</p> <p>E2.1.3 – nos recursos humanos temos uma pessoa alocada a essa área.</p> <p>E2.1.4 – temos dimensão, mas não estamos preparados para acompanhar grupos muito específicos.</p> <p>E2.1.5 – não temos as coisas estruturadas de uma forma eficiente, estamos a trabalhar nisso.</p> <p>E2.1.6 – o nosso complexo de agroturismo está inserido no complexo agroindustrial.</p> <p>E2.1.7 – ao fim de semana estamos fechados porque toda a estrutura não trabalha.</p> <p>E2.1.8 – quem vem visitar chega á portaria e vê seguranças (...) nós ainda temos uma barreira.</p> <p>E2.1.9 – temos um edifício (...) que em princípio vai ser destinado á receção das pessoas.</p> <p>E2.1.10 – isto é um espaço que basicamente funciona por marcação.</p> <p>E2.2.1 – Isto é uma cooperativa que foi constituída com base em associados e pessoas da terra que se juntaram e constituíram um espaço comum.</p> <p>E2.2.2 – tem um peso muito grande a nível local porque é a maior estrutura do concelho.</p> <p>E2.2.3 – do ponto de vista social damos apoios que são atribuídos a várias instituições e organismos.</p> <p>E2.2.4 – abrange regiões demarcadas, (...) que é feita por regiões demarcadas pelas castas de vinho e não por limites de concelhos.</p> <p>E2.2.5 – agora quem quer ser associado tem de estar nas zonas definidas por decreto lei.</p> <p>E2.2.6 - O tecido socioeconómico de reguengos está construído na CARMIM, é o grande pilar a nível de empregos.</p> <p>E2.2.7 – temos cerca de 100 funcionários diretos e indiretamente temos os produtores que gerem a dinâmica da região.</p>
--	---

	<p>E2.2.8 - no total temos 120 funcionários porque temos duas empresas associadas que é a Monsaraz vinhos e a Eurofor que faz a exportação.</p> <p>E2.3.1 – temos formação a vários níveis, tentamos ter essa ponte entre a empresa e os funcionários.</p> <p>E2.3.2 – dar essa formação que eles precisam.</p> <p>E2.3.3 – São 460 sócios ligados á vinicultura cerca de 340 ligados á olivicultura num total cerca de 800 associados</p> <p>E2.3.4 – tem um funcionamento como uma empresa privada (...) tem de ser vista como uma empresa para dar lucro.</p> <p>E3.1.1 – sou operacional de marketing e comunicação na SOVENA.</p> <p>E3.1.2 – cabe-me o controlo de todas as atividades implementadas nas marcas do grupo, nomeadamente da Oliveira da Serra.</p> <p>E3.1.3 – a experiência tem sido adquirida dentro da empresa, (...) com a partilha de experiências com os colegas, e nas logísticas de implementação de atividades e eventos que são planeados por nós.</p> <p>E3.1.4 – a localização da nossa produção de azeites está muito bem localizada.</p> <p>E3.1.5 – situa-se em Ferreira do Alentejo onde temos o nosso lagar (...) fica a uns 150kms de Lisboa com autoestrada muito perto, e a proximidade com Espanha a uns 70 kms.</p> <p>E3.1.6 – bons acessos (...) estamos no Alentejo onde a paisagem é muito aberta e plana.</p> <p>E3.2.1 - O nosso lagar está excelentemente bem localizado no meio do olival á beira do IP8.</p> <p>E3.2.2 – porque estamos no Alentejo, permite que se veja ao longe, despertando a curiosidade de quem por ali passa.</p> <p>E3.2.9 – a nossa responsabilidade social, mostrar como é feito o nosso produto e dos cuidados que temos na produção nomeadamente com as questões ambientais, reciclagem e reutilização de produtos.</p> <p>E3.3.6 – o nosso objetivo é dar a conhecer o nosso produto aos consumidores e a forma como o produzimos.</p>
--	---

	<p>E3.4.1 – neste momento temos só uma técnica no terreno que tem vindo a desempenhar um papel importantíssimo.</p> <p>E3.4.2 – é sempre disponibilizada formação para enriquecer os conhecimentos dos funcionários da empresa.</p> <p>E3.4.3 – temos formação desde o campo, plantação, rega e manutenção até seleção organoléptica, aromas, provas, degustação e avaliação, higiene e segurança ...</p> <p>E3.4.4 - A técnica que faz o papel de guia e de outras funções ligadas ao marketing e comunicação também tem de ter outros conhecimentos para entender todo o procedimento.</p>
<p>B – Divulgação e Público-alvo</p>	<p>E1.2.1 – Estava disponível no nosso site para que as escolas antes de virem ao centro ou depois de virem pudessem ou preparar ou consolidar os conhecimentos adquiridos após a visita.</p> <p>E1.4.4 – diferenciamos a nossa comunicação consoante a idade e o tipo de grupo que temos á frente.</p> <p>E1.4.5 – se são muito pequeninos temos o cuidado de no início da visita fazer uma pequena brincadeira com os miúdos.</p> <p>E1.4.6 – exploramos o conhecimento dos miúdos e conduzimos de forma a que eles cheguem á planta e é assim que começamos a nossa visita pela estufa onde temos as nossas plantas do café.</p> <p>E1.4.7 – Se estamos com miúdos sei lá a partir do 4º ano ou 5º ano a nossa conversa já funcionará de uma forma diferente não tão infantil.</p> <p>E1.4.8 – temos internamente na nossa equipa pessoas que veem da área pedagógica a sua formação é na área pedagógica.</p> <p>E1.5.1 – adequar o guia ao grupo que temos sejam os mais pequenos sejam maiores, sejam idosos, seja um grupo mais científico, (...), adequamos a informação com os interativos.</p> <p>E1.5.4 – os meses que estivemos abertos em 2014 até 31 de Dezembro foram os séniors.</p> <p>E1.5.5 – já recebemos muitas escolas quer de Portugal quer de Espanha.</p>

	<p>E1.5.6 - Temos dois tipos de séniors, temos séniors muito esclarecidos, pessoas ainda muito ativas. (...) temos outro tipo de séniors que veem das IPSSs.</p> <p>E1.8.1 - vamos ao café mesmo que não se beba café.</p> <p>E1.8.2 – promover o café não é com intenção de promover a marca DELTA que é líder de mercado (...) mas passar conhecimento e cultura de café.</p> <p>E1.9.3 – Temos tido uma média de 3 mil visitas por mês.</p> <p>E2.4.2 – Este ano foi criado um roteiro com vários produtores da região sendo reguengos a capital europeia do vinho.</p> <p>E2.4.3 – ao nível do turismo do Alentejo, está a ser criado um roteiro.</p> <p>E2.4.4 – está a ser criada uma plataforma em que as pessoas podem ter acesso a alojamento e visitas (...) ainda estamos a criar essa rede.</p> <p>E2.4.5 – queremos que os visitantes fiquem mais dias na região.</p> <p>E2.4.6 – Existe uma procura as pessoas estão a procurar mais um turismo cultural e tradicional.</p> <p>E2.4.7 – O nosso grande cliente está no centro e sul do país, mas já começamos a ser procurados pelo norte.</p> <p>E2.4.14 – recebemos grupos muito heterogéneos, desde escolas, universidades, especialistas em várias áreas.</p> <p>E2.5.2 – estamos também ao nível das redes sociais e na página da empresa a divulgar o nosso produto e o nosso trabalho.</p> <p>E2.5.7 – por ano recebemos cerca de 2000 pessoas, o que é pouco e isso reflete-se pelas condições que temos quer físicas quer humanas.</p> <p>E3.4.5 – de inicio o objetivo era apenas proporcionar visitas quando fossemos solicitados, uma visita pedagógica às nossas instalações e a todo o processo de produção dos azeites.</p> <p>E3.4.6 – cada vez mais se tornou numa necessidade diária, pois somos solicitados e visitados diariamente por imensas pessoas que veem individualmente ou em grupos.</p>
--	---

	<p>E3.5.7 – implementar um percurso que fosse ao mesmo tempo uma experiência educativa, e passamos a divulgar o mesmo na nossa página da internet e no facebook.</p> <p>E3.5.8 – foram enviados mails para as escolas a fazer divulgação, as escolas aderiram e já fazemos parte do projeto educativo de muitas.</p> <p>E3.5.9 – temos escolas que vêm de todo o país, universidades portuguesas e estrangeiras, agências de viagens, já somos uma referência e ponto de visita.</p> <p>E3.8.3 – as visitas, tem vindo a aumentar significativamente (...) a afluência triplicou este ano.</p> <p>E3.8.4 – julgamos que até ao fim do ano podemos atingir as 10.000 visitas.</p>
<p>C – Modelo didático implementado</p>	<p>E1.2.2 – Já estamos a preparar juntamente com quem sabe (...) os técnicos pedagógicos do centro educativo Alice Nabeiro.</p> <p>E1.2.3 – estamos a preparar e a encerrar praticamente o plano pedagógico para o ano letivo 2015/2016 adaptado aos vários ciclos de ensino.</p> <p>E1.2.4 – é a primeira resposta que nós vamos fazer que é adaptar aquilo que são os conteúdos que temos do centro de ciência relacionados com o café às várias matérias que os meninos e os jovens possam ter na escola.</p> <p>E1.2.5 – os alunos podem não só fazer a visita ao centro como ter também uma série de experiências em cada área de informação adicional e adaptada às matérias que lhes vão ensinar.</p> <p>E1.2.6 – Interagem também com o próprio centro, porque todo ele é muito interativo.</p> <p>E1.2.7 – contando também um pouco da história do mundo, da história de Portugal, da parte da ciência, da química, da biologia relacionado com a planta do café.</p> <p>E1.3.1 – há uma panóplia de informação que pode ser aproveitada e relacionada com aquilo que são os conteúdos pedagógicos dos miúdos.</p> <p>E1.3.4 – atividades paralelas que são a exposição permanente (...) concertos, ... comemorações do dia da criança, dia do idoso o Halloween.</p> <p>E1.3.5 – atividades paralelas em termos culturais e educativos.</p>

	<p>E1.5.2 – temos painéis ao longo da nossa exposição permanente com toda a informação.</p> <p>E1.5.3 – O tema central é o café.</p> <p>E1.5.7 – gostam essencialmente daquelas áreas mais importantes como a estufa, depois gostam de tudo o que está associado á família Nabeiro, a exposição das peças, das chávenas, dos moinhos, do primeiro carro de distribuição de café.</p> <p>E1.5.8 – o trabalho dos nossos barristas que ensinam como beber café (...) eles lá tem o cuidado de explicar.</p> <p>E1.6.1 – os séniors mais institucionalizados cansam-se mais e temos de fazer visitas mais breves e não ser tão incisivos em algumas áreas.</p> <p>E1.6.2 – tirar uma fotografia para levarem para a família, de ouvir a zona do contrabando pessoas de oitenta e tal, noventa e tal anos a contar histórias do contrabando.</p> <p>E1.6.3 – os países do norte da europa são um público mais sénior, mas são um público muito esclarecido relativamente ao café.</p> <p>E1.6.5 – faz uma apresentação do centro, da missão e dos objetivos do centro, se é uma visita particular acompanha o visitante até á primeira área onde é entregue uma planta de todo o centro que tem sinalização quer no chão quer na vertical de todo o percurso da visita.</p> <p>E1.6.6 – a partir da primeira área a pessoa faz a visita á sua vontade, porque todo o centro é muito interativo.</p> <p>E1.7.1 – Um grupo leva em média 1.30h, os particulares depende, chegamos a ter pessoas que levam 2.30h.</p> <p>E1.7.2 – experiência “demonstração e degustação de bebidas com café” que acontece na cafetaria.</p> <p>E1.7.3 – cada pessoa traz as suas questões, as suas perguntas e as suas dúvidas e isso ensina-nos a crescer porque nos obriga constantemente a fazer a nós próprios uma atualização.</p> <p>E1.7.4 – temos de estar em constante atualização e a aprender, pesquisar tendências para também termos uma resposta diferente.</p> <p>E1.7.5 – O Sr. Comendador Rui Nabeiro diz que a melhor coisa que partilhamos na nossa vida é o conhecimento</p>
--	--

	<p>adquirido ao longo da vida, o café faz parte do nosso quotidiano.</p> <p>E1.8.3 – naturalmente a preocupação foi um espaço de partilha de conhecimento, de partilha de cultura é esse o grande objetivo.</p> <p>E1.8.8 – no dia da música trouxemos músicos até ao centro (...) no Halloween transforma-mos o centro com bruxinhas e vampiros, (...) no dia da crianças (...) as crianças foram os guias.</p> <p>E1.9.1 – o laboratório do café, um laboratório intergeracional, onde trabalhamos 3 gerações, crianças, adolescentes e idosos.</p> <p>E1.9.2 – O objetivo é todos os anos termos um tema para o projeto educativo.</p> <p>E2.4.8 – O enoturismo já existe há uma década e foi pensado porque existia a necessidade de ter um sitio para fazer provas.</p> <p>E2.4.9 – nunca foi pensado numa estratégia de roteiro propriamente dito, mas estamos a trabalhar nisso e nesse ponto de vista.</p> <p>E2.4.10 – estamos a implementar uma estratégia mais educativa.</p> <p>E2.4.11 – o visitante é recebido faz a visita com toda a informação inerente aos locais que visita.</p> <p>E2.4.12 – explica-se todo o funcionamento e processo, desde que a uva chega, é transformada e entra em processo de estágio consoante as castas e qualidade das mesmas.</p> <p>E2.4.13 – a visita termina com uma prova dos nossos vinhos.</p> <p>E2.4.15 – necessitamos ter um espaço mais apropriado para receber os diferentes públicos.</p> <p>E2.4.16 – temos ainda que criar meios para que a visita seja mais gratificante para quem nos visita e para nós próprios.</p> <p>E2.5.1 – existe uma intenção de evoluir nesse sentido.</p> <p>E2.5.3 – ainda temos de trabalhar muito, estamos mais vocacionados para os adultos.</p>
--	--

	<p>E2.5.4 – temos de trabalhar e criar interesses a todos os públicos.</p> <p>E2.5.5 – criar atividades, jogos e dinâmicas educativas.</p> <p>E2.5.6 – os recursos humanos também têm de ser formatados para isso, para evoluir no sentido de receber as pessoas e explicar.</p> <p>E2.5.8 – temos duas situações distintas, as visitas de semana e as visitas ao fim de semana.</p> <p>E2.5.9 – SE for de semana as pessoas podem visualizar o engarrafamento e ver toda a dinâmica, visita da adega, visita das caves até ao espaço das provas.</p> <p>E2.5.10 – se for ao fim de semana já é mais limitado porque não temos engarrafamento ao fim de semana.</p> <p>E2.5.11 – geralmente há um vídeo que se passa mas que já é antigo, estamos a precisar de um mais atual.</p> <p>E3.2.3 – contamos com uma empresa especializada em educação e conteúdos pedagógicos que nos dá assessoria.</p> <p>E3.2.4 – desenvolveu e delineou algumas atividades que implementamos.</p> <p>E3.2.5 – em termos de estratégias educativas pretendemos dar a conhecer o nosso produto.</p> <p>E3.2.6 – de como ele é feito e trabalhado, pretendemos ganhar a confiança do consumidor.</p> <p>E3.2.7 – e para isso nada melhor do que convidar as pessoas a conhecer o nosso lugar por dentro e por fora.</p> <p>E3.2.8 – permitimos assim que o visitante possa explorar o mundo da olivicultura e da sua transformação acompanhado por uma pessoa especializada.</p> <p>E3.3.7 – faz sentido a criação de um roteiro.</p> <p>E3.3.8 – o visitante possa acompanhar todo o processo desde o campo, passando pela extração, armazenamento, até á prateleira do supermercado.</p> <p>E3.3.9 – o mesmo mergulha nos aromas e sabores dos azeites.</p> <p>E3.5.10 – para participar no nosso roteiro, temos dois critérios, se for individual não necessita de marcação, mas se for de grupo é necessário fazer marcação prévia.</p>
--	--

	<p>E3.5.11 – a visita culmina com uma degustação dos nossos azeites premium.</p> <p>E3.6.1 – a visita tem a duração de cerca de 1.30h, podendo durar um pouco mais dependendo do interesse.</p> <p>E3.6.2 – a visita começa com um pequeno briefing da história da empresa.</p> <p>E3.6.3 – passeio no olival onde é explicado o sistema de plantação e variedades, apanha da azeitona e transporte até ao lagar.</p> <p>E3.6.4 – visita á zona de receção da azeitona.</p> <p>E3.6.5 – visita ao laboratório.</p> <p>E3.6.6 – Visita á galeria do azeite no piso superior do lagar.</p> <p>E3.6.7 – visualização da sala de extração e de armazenamento, (...) exposição do embalamento (...) o filme o azeite de A a Z.</p> <p>E3.6.8 – SE existirem dúvidas ou questões estas serão esclarecidas no decorrer da visita.</p> <p>E3.6.9 – o roteiro termina com uma degustação de vários azeites e de uma explicação sobre os aromas de cada um.</p> <p>E3.6.10 – para as escolas temos atividades programadas no decorrer da visita, como jogos, pinturas e outras dinâmicas.</p> <p>E3.6.11 – a educação não formal reside precisamente na capacidade que os visitantes tem de assimilar a informação.</p> <p>E3.7.1 – o objetivo é que o visitante saia com conhecimentos e saiba reconhecer a importância do azeite.</p> <p>E3.7.2 – temos outras atividades, nomeadamente, caminhadas pelo olival, jogos didáticos com as oliveiras, desenhos para colorir, livros de colagens.</p> <p>E3.7.3 – temos showcooking, fotografia, cocktails.</p> <p>E3.7.4 – estamos a preparar outras atividades que brevemente serão também implementadas.</p> <p>E3.7.5 – há que salientar que as visitas são completamente gratuitas, e incluem todas as atividades e degustação no final.</p>
--	---

	<p>E3.9.1 – temos algumas ideias que queremos desenvolver com vista em colocar o visitante ainda mais perto da produção.</p> <p>E3.9.2 – o próximo passo é colocar o visitante no meio do olival e pode assistir á apanha da azeitona e estar mais perto da realidade que se vive no campo.</p> <p>E3.9.3 – já temos um percurso que o visitante pode fazer de carro por entre as estradas do olival, onde é fornecido um mapa com toda a informação dos pontos de passagem referenciados.</p>
<p>D – Comunidade e Parcerias estabelecidas</p>	<p>E1.3.2 - Campo maior são os nossos melhores visitantes porque estão constantemente cá.</p> <p>E1.3.3 – houve o cuidado de convidar a população logo a seguir á abertura.</p> <p>E1.3.6 – convidamos todos os professores que foram colocados este ano em Campo Maior a visitar o centro de ciência.</p> <p>E1.3.7 – Temos uma comunidade ativa a participar, desde idosos, desde população em geral, até aos militares da GNR que é quem faz a segurança.</p> <p>E1.3.9 – A autarquia é um grande parceiro e está sempre junto de nós.</p> <p>E1.3.10 – a Universidade de Évora, Universidade da Extremadura, Politécnico de Portalegre, pretendemos agregar a nós aqueles que são os melhores em cada uma das suas áreas.</p> <p>E1.3.11 – temos parcerias também com o instituto de investigação científica e tropical (...) participação muito ativa na construção da estufa.</p> <p>E1.4.1 – outras parcerias com alguns consultores, o próprio grupo Nabeiro e as empresas do grupo Nabeiro naturalmente, a 3entidqade regional de turismo do Alentejo e Ribatejo.</p> <p>E1.4.2 – e outras que vão surgindo da necessidade de agregar uma ou outra parceria aos projetos novos que vamos tendo.</p> <p>E1.9.4 – a escola de hotelaria de Portalegre que é um grande parceiro nosso e que tem feito várias atividades.</p> <p>E2.3.5 – A população participa, mas no sentido de nos solicitar apoios.</p>

	<p>E2.3.6 – através das associações, instituições, da Câmara Municipal sempre somos solicitados a participar.</p> <p>E2.3.7 – as pessoas não veem a CARMIM como o seu espaço, veem como local onde vendem as uvas e azeitona.</p> <p>E2.4.1 – Temos vários parceiros, a Câmara Municipal, a Rádio Local, os clubes desportivos, escolas, associações.</p> <p>E3.2.10 – de início alguma resistência das pessoas em acreditar no nosso projeto, atualmente esse sentimento está completamente ultrapassado.</p> <p>E3.2.11 – as pessoas da terra já nos visitam com muita fluência e encaminham outras pessoas.</p> <p>E3.2.12 – já fazemos parte da paisagem e da comunidade, tendo em conta que a grande maioria dos funcionários são do concelho de Ferreira do Alentejo.</p> <p>E3.3.1 – temos criado algumas parcerias e pensamos em desenvolver no futuro outras mais.</p> <p>E3.3.2 – principalmente a autarquia de Ferreira do Alentejo que nos acolheu muito bem na região e que sempre nos tem apoiado.</p> <p>E3.3.3 – outras parcerias nomeadamente com o ninho de empresas, com as escolas do concelho, com o IPFP, instituto politécnico de Beja, Ministério da Agricultura.</p> <p>E3.3.4 – e temos outras parcerias a nível nacional e internacional.</p> <p>E3.3.5 – localmente Participamos em várias atividades e sempre que somos solicitados.</p>
<p>E – Avaliação do roteiro</p>	<p>E1.4.3 – fomos á pouco tempo reconhecidos como o melhor museu português em 2015 pela associação portuguesa de museologia.</p> <p>E1.9.5 – O nível de satisfação das visitas faz-se no contacto direto com a pessoa.</p> <p>E1.9.6 – estamos a trabalhar numa aplicação informática onde vamos avaliar por escrito e formalmente o nível de satisfação</p> <p>E1.10.1 - desde as condições físicas, atendimento, acompanhamento, qualidade e interesse de conteúdos.</p> <p>E1.10.2 – termos um controlo e conhecimento sobre o nosso público.</p>

	<p>E1.10.3 – quem são de que região veem, habilitações, para podermos adequar a nossa comunicação.</p> <p>E2.5.12 – não fazemos qualquer tipo de avaliação, precisamente porque não temos ainda a estrutura adequada.</p> <p>E3.8.1 – A avaliação é feita por nós se for escolas temos um questionário que no fim pedimos às escolas para responder</p> <p>E3.8.2 – estamos a pensar num futuro ter um método de avaliação mais eficaz e imediato em que o visitante através de um sistema eletrónico (...) à saída o visitante avalia a visita.</p>
--	--

ANEXO 8 – Processo de Vinificação

Processo de Vinificação

Na vinha:

- A Produção de uva
- Implantação da vinha
- Fertilização
- Tratamentos fitossanitários
- Poda

Vindima:

- Acompanhamento da maturação
- Apanho da uva

Na Adega:

- A Receção de uva é controlada e gerida por um programa de receção que funciona de uma fase para a outra mediante a leitura ótica do cartão de sócio.

Parque de receção

- Entrada dos veículos no parque antes das básculas
- Leitura do cartão de sócio no autosserviço, recolha de amostra, medição do teor alcoólico provável e peso bruto, emissão do talão de receção pelo autosserviço – balança de entrada.
- Entrada, espera e saída dos veículos da respetiva fila de espera de acordo com a informação do talão – parque depois das básculas. O veículo só sairá da fila quando o semáforo passar a verde, ou seja, quando for efetuada a descarga de uva de mais um veículo no tegão para a fila parametrizada.

Tegões: existem 8 tegões de receção, 4 na Adega Nova (vinhos VQPRD's) e 4 na Adega Velha (vinhos regionais).

- Leitura do cartão de sócio
- Descarga da uva no tegão
- Transporte da uva efetuado pelo sem-fim para o desengaçador-esmagador
- Desengaçamento e esmagamento das uvas com saída dos engaços que são transportados por tapete até um reboque, no qual são acondicionados.
- Transporte das massas vínicas por bomba de impulsão para o interior da adega.

Zonas de fermentação: existem duas zonas de fermentação na adega Nova uma para brancos e outra para tintos.

Zona de fermentação de brancos

Cubas de maceração: Local em que é efetuado um contacto entre as películas e o líquido a 10^o C durante 10 horas de forma a extrair a máxima quantidade possível de aromas da película.

Prensas: Local para o qual são enviadas as massas brancas de forma a efetuar a separação das partes sólidas (transportadas por tapetes para veículos de transporte e vendidas).

Depósitos de decantação: nos quais se efetua a clarificação do mosto.

Cubas de fermentação: nos quais decorre a fermentação de brancos a temperatura controlada (16 – 18 ° C) e após a adição de leveduras selecionadas. A fermentação decorrerá em média durante 12 dias.

No caso do vinho Régia Colheita o mosto fermenta em barricas novas de Carvalho (Cave da Adega Nova).

Após a fermentação o vinho branco é provado, loteado e estabilizado em termos físico-químicos e biológicos (Zona de Estabilização na Adega Velha).

Após a estabilização é engarrafado, com exceção do Régia Colheita, o qual estagia nas barricas durante 4 meses.

Zona de fermentação de tintos

Cubas de fermentação: nas quais decorre a fermentação com temperatura (25 – 27 ° C) e remontagem (lixiviar as películas de uva na parte de cima da cuba com líquido bombeado da parte de baixo do depósito, de forma a extrair o máximo de aromas e polifenóis que estas contêm) controladas. A fermentação dura em média 7 dias podendo efetuar-se um período de maceração pós-fermentativa mais ou menos prolongado consoante as características das uvas.

Transporte das massas fermentadas para as prensas, utilizando bombas peristálticas.

Prensas: nas quais decorre a separação de sólidos, bagaços (transportados por tapetes para veículos de transporte e vendidos).

O vinho tinto é enviado das prensas para os depósitos de acabamento na Cave da Adega Nova.

Cave da Adega Nova

Depósitos de acabamento: nos quais o vinho tinto acabado de fermentar efetua a fermentação maloláctica (desacidificação biológica do vinho e produção de outros tipos de aromas).

O vinho tinto, após a fermentação maloláctica é provado e são tomadas as decisões sobre o seu destino:

Lotes de vinho jovem que são estabilizados (Zona de Estabilização da Adega Velha) e posteriormente engarrafados.

Estágio em barricas: (Caves da adega Velha) e/ou em garrafa (Zona de Estágio em Garrafa Cave da Adega Nova).

Engarrafamento

Sala de tratamento final do vinho destinado ao engarrafamento na qual são recolhidas as amostras para o último controlo de qualidade do produto.

Pavilhão de engarrafamento

Zona de produtos para o engarrafamento (garrafas, cápsulas, rótulos, rolhas e caixas).

Linhas de engarrafamento: 2 linhas de engarrafamento montadas em paralelo.

Sequência de engarrafamento:

- Despaletização
- Enxaguamento
- Enchimento
- Rolhamento
- Capsulagem
- Rotulagem
- Encaixotamento
- Paletização

Zona de produtos engarrafados.

ANEXO 9 – Alguns conceitos ligados
à produção de vinho

Alguns conceitos ligados à produção de vinho

O conceito de Denominação de Origem Protegida

Conceito aplicável à designação de determinados vinhos cuja originalidade e individualidade estão ligados de forma indissociável a uma determinada região, são: vinhos originários e produzidos nessa região; vinhos cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico incluindo os fatores naturais e humanos.

Para beneficiar de uma Denominação de Origem, todo o processo de produção do vinho é sujeito a um controlo rigoroso em todas as suas fases, desde a vinha até ao consumidor. As castas utilizadas, os métodos de vinificação, as características organoléticas são apenas alguns dos elementos cujo controlo permite a atribuição desse direito, cabendo às Comissões Vitivinícolas Regionais proceder a esse controlo de forma a garantir a genuinidade e qualidade dentro das regiões demarcadas.

Conceito de VQPRD

Vinho de Qualidade Produzido em Região Determinada. Nomenclatura comunitária adotada também no nosso país, após a adesão. Esta designação engloba todos os vinhos classificados como DOC (Denominação de Origem Controlada) e IPR (Indicação de Proveniência Regulamentada).

Existe também nomenclatura aplicável aos vinhos licorosos e espumantes: VLQPRD – Vinho Licoroso de Qualidade Produzido em Região Determinada; VEQPRD – Vinho Espumante de Qualidade Produzido em Região Determinada.

O conceito de DOC

Denominação de Origem Controlada. Designação atribuída a vinhos cuja produção está tradicionalmente ligada a uma região geograficamente delimitada e sujeita a um conjunto de regras consignadas em legislação própria (características dos solos, castas recomendadas e autorizadas, práticas de vinificação, teor alcoólico, tempo de estágio, etc.). Na prática, obtiveram este estatuto as mais antigas regiões produtoras deste tipo de vinhos.

Conceito de IPR

Indicação de Proveniência Regulamentada. Designação utilizada para vinhos que, embora gozando de características particulares, terão de cumprir, num período mínimo de 5 anos, todas as regras estabelecidas para a produção de vinhos de grande qualidade para poderem, então, passar à classificação de DOC.

O que é um Vinho Regional

A classificação de Vinho Regional é dada aos vinhos de mesa produzidos numa região específica de produção, cujo nome adotam, elaborados com uvas provenientes, no mínimo de 85%, da mesma região e de castas expressamente recomendadas e autorizadas na respetiva região delimitada.

Não estando enquadrados nas regras estabelecidas para as designações DOC e IPR, estes vinhos são, também, sujeitos a um sistema de certificação, para que a qualidade e tipicidade sejam garantidas.

Existem, atualmente, 13 designações de Vinhos Regionais:

- Rio do Minho
- Trás-os-Montes
 - Sub-Região Terras Durienses
- Beiras
- Ribatejo
- Estremadura
- Alentejo
- Terras do Sado
- Algarve⁵⁵

⁵⁵Informação recolhida em <http://www.carmim.eu/category/1/2/carmim>

ANEXO 10 – Classificação de Azeites

Classificação para todas as gamas de azeites da Oliveira da Serra

Azeites Maduros

De sabor suave e doce, casa perfeitamente com alimentos de sabor forte, como o bacalhau, peixes de sabor intenso, cabrito, borrego, porco preto. A sua utilização é também aconselhada em pratos de marisco como as ostras e outros bivalves.

Oliveira da Serra Seleção Azeitonas Maduras –Azeite Virgem extra, deliciosamente suave, feito a partir de azeitonas maduras e doces, das nossas quintas e herdades.

Oliveira da Serra Gourmet–Azeite virgem extra minuciosamente extraído a frio e com a melhor seleção de azeitonas. Um azeite de qualidade superior, combina um paladar delicadamente doce e um aroma arrebatador que tem sido muito apreciado pelos júris dos melhores concursos nacionais e internacionais.

Azeites Verdes

De sabor fresco e jovem, os azeites verdes devem ser utilizados na cozinha para saladas, legumes verdes, mariscos adocicados – como o camarão, peitos de aves e carnes delicadas, e peixes.

Oliveira da Serra Seleção Azeitonas Verdes – Azeite virgem extra, marcadamente aromático, feito a partir de azeitonas verdes, das nossas quintas e herdades.

Oliveira da Serra Ouro – Azeite virgem extra com distintas notas de amargo e picante, das nossas quintas e herdades.

Oliveira da Serra Lagar do Marmelo – Azeite virgem extra, jovem, feito a partir das melhores azeitonas das nossas quintas e herdades, resultando num azeite verde e fresco como os frutos que lhe deram origem. Este azeite, celebra a primeira campanha do nosso novo lagar. Um azeite simbólico e genuíno de que muito nos orgulhamos.

Oliveira da Serra Bio – Azeite virgem extra não filtrado, de forma a preservar melhor as suas propriedades naturais e feito a partir da nossa seleção de azeitonas de agricultura biológica.

ANEXO 11 – Guião da Galeria de Azeite

Guião Galeria - Geral

“Bem vindos ao Lagar do Marmelo.

Projetado pelo arquiteto Ricardo Bak Gordon, este lagar foi desenhado para ser simultaneamente funcional e simbólico, marcando o início de uma nova era para o azeite português.

Como edifício funcional, este lagar tem como principais objetivos colocar as mais avançadas tecnologias ao serviço da qualidade do azeite, e servir não só as nossas necessidades como também as dos pequenos olivicultores que não dispõem de lagares próprios.

Situado no coração do olival, a sua localização minimiza o tempo decorrido entre a colheita das azeitonas e a extração do azeite, garantindo assim a mais alta qualidade e a máxima preservação da sua riqueza organolética.

Neste momento, encontramos-nos na “Galeria do Azeite”. Este espaço foi especialmente criado para promover a partilha de conhecimentos e experiências através de exposições, degustações e visitas de estudo.

A partir deste local podemos ter uma visão de 360º do processo de transformação da azeitona e extração do azeite, que começou no exterior com a receção das azeitonas vindas do campo.

No lado norte da galeria podem ver as 4 linhas de extração de azeite do nosso lagar. Estas linhas têm uma capacidade nominal de transformação de 40 toneladas de azeitona por hora, que equivale a um total de 950 toneladas por dia e a uma produção diária aproximada de 200.000 litros de azeite.

Porque este lagar foi construído a pensar no dia de amanhã, ao lado destas 4 linhas encontra-se um espaço disponível para ampliação do lagar permitirá aumentar a capacidade de extração do azeite para mais 475 toneladas de azeitona por dia.

O processo de extração do azeite é composto por 5 fases:

A primeira fase é a trituração das azeitonas que foi realizada no exterior.

Na segunda fase a pasta de azeitonas que resultou da moenda é batida nas máquinas que estão junto à parede norte e que se denominam de “batedeiras”.

Aqui, e durante uma hora e meia, a pasta de azeitona é “batida” a um ritmo lento e a uma temperatura morna, com o intuito de favorecer a separação das partículas de azeite. Todos estes cuidados têm como objetivo a máxima preservação dos aromas do azeite.

Na terceira fase, o azeite é separado da pasta por centrifugação nas máquinas localizadas na zona central da sala de extração e às quais dá-se o nome de Decanters.

Aqui, e a 2.300 rotações por minuto, separa-se o azeite dos outros constituintes da azeitona: o bagaço e o caroço.

Há uma grande preocupação pela sustentabilidade ambiental em todas as atividades deste lagar. Aqui tudo é aproveitado ao máximo, como é o caso do caroço de azeitona que usamos nas nossas caldeiras como biomassa para produção de calor.

O bagaço é também posteriormente preparado para a extração do óleo de bagaço de azeitona e posteriormente utilizado como fonte de biomassa para produção de energia.

A quarta fase é a da remoção dos sedimentos naturais do azeite nas máquinas que se encontram mais próximas da galeria onde nos encontramos. Estas máquinas chamam-se centrifugas verticais.

Aqui, o azeite é centrifugado a 6.500 rotações por minuto, o que permite retirar sedimentos que com o tempo poderiam alterar o tão apreciado sabor do azeite.

Finalmente a quinta e última fase, a decantação do azeite. Esta fase decorre ainda no lado norte da galeria, nos únicos 4 depósitos que ali se encontram e que foram especialmente desenhados para permitir uma decantação natural do azeite. O azeite fica a decantar nestes depósitos durante 24 horas.

Após estas 5 fases que acabámos de ver, procede-se à primeira de várias avaliações do azeite. Esta avaliação tem como objetivo determinar a qualidade do azeite, para que todos os azeites aqui extraídos possam ser agrupados e armazenados de acordo com as suas características.

o azeite será armazenado na “Sala de Armazenamento”. Esta, é uma sala localizada no lado Sul da Galeria e onde apenas se encontram grandes depósitos de aço inoxidável.

Aqui encontram-se 48 depósitos de aço inoxidável, cada um com capacidade para 80.000 litros de azeite.

Quando a campanha acabar, estarão guardados nesta sala 3.840.000 litros de sumo de azeitona. Todo este azeite será aqui guardado durante o ano nas melhores condições de armazenamento possíveis, isto é, ao abrigo da luz e a uma temperatura controlada.

É aqui que protegemos o que temos de mais precioso, o azeite, e só deixamos que ele saia deste ambiente protegido quando chegar o momento de ele ser embalado e imediatamente distribuído pelos nossos clientes, de maneira a que possa chegar a vossas casas com as mesmas propriedades que têm as azeitonas acabadas de laborar.

Obrigado por nos terem visitado. Esperamos que apreciem o resto da vossa visita e que partilhem da nossa paixão pelo azeite”

ANEXO 12 – Guião de Visita ao Olival

Guião Visita Olival

1. ELAIA e Herdade do Marmelo (percurso até ao início da Barragem):

1. ELAIA: 7.600 em Portugal, repartidos por 3 pólos: Avis (1.340 ha), Elvas/Campo Maior (2.060 ha) e Baixo Alentejo, em particular Ferreira do Alentejo (4.200 ha). Este projecto compreende também 1.100 ha em Marrocos e 760 ha em Espanha.
2. Herdade do Marmelo, 1ª propriedade adquirida pela ELAIA (início de 2007), com uma área de 700 ha e que é o “Centro Operacional” do Núcleo do Baixo Alentejo.
3. Apresenta os 2 sistemas de plantação de olival: intensivo e superintensivo
4. Apanha da azeitona começa a 15 de Outubro e termina a 15 de Janeiro. Após esta data, prepara-se o olival para a campanha seguinte: poda, fertilização e tratamentos fitossanitários.

2. Barragem do Marmelo / Lagoa de Evaporação do Lagar:

1. Barragem que abastece o Núcleo de Ferreira do Alentejo.
2. É abastecida pela Barragem de Odivelas (inserida no Perímetro de Rega do Alqueva).
3. O olival necessita de cerca de 2.000-3.000 m³ de água/ha/ano, que é sensivelmente metade do que necessitam algumas outras culturas intensivas, como o tomate.
4. Lagoa de evaporação à esquerda: onde se armazenam as águas de processo do lagar, que está dimensionada para que estas se evaporem durante o ano.

3. Sistema Intensivo de olival:

1. 340 árvores /ha (compasso 4,5 m x 6,5 m).
2. 1º ano de produção, ao 3º ano de idade.
3. Plena produção aos 8º-9º ano em que cada ha produzirá cerca de 10 ton de azeitona (que corresponde 2.200 litros de azeite).
4. Duração de 35-40 anos.
5. Variedades: arbequina , cobraçosa, maçanilha, verdeal, cordovil.

6. Apanha com a máquina que se apresentava à entrada, denominada “Colossos”, com capacidade para colher cerca de 6 ha/dia.

4. Sistema Super-Intensivo de olival:

1. 1.660 árvores /ha (1,5 m x 4 m).
2. 1º ano de produção, ao 3º ano de idade.
3. Plena produção aos 5º-6º ano em que cada ha produzirá cerca de 10 ton de azeitona (que corresponde 2.200 litros de azeite).
4. Duração de 20/25 anos. Após esta data teremos que efectuar um corte para rejuvenescimento.
5. Variedades: arbequina, arbosana, koroneki, cobraçosa....
6. Condução Norte/Sul, para que apanhem a maior radiação solar possível porque favorece a produção de azeitona (na medida em que estão muito próximas umas das outras, pode dar-se o seu ensombramento).
7. Em todos os núcleos de olivais temos entre 17 máquinas de colheita de azeitona, que nos permitem colher entre 100-120 ha de olival/dia.

5. Objetivos da apanha:

1. Rapidez, para que a azeitona chegue rapidamente ao lagar para se proceder à extração do azeite. Se demora mais de 24 horas desde o momento da apanha e a sua laboração, a qualidade da azeitona e do azeite começa a piorar.
2. Não danificar o fruto e a árvore (que pode condicionar as produções seguintes).

6. Projeto do Lagar (já na estrada principal / Regresso ao Lagar):

1. Realizado pelo Arquitecto Português Ricardo Bak Gordon.
2. Pretende responder às necessidades industriais e ser uma referência de design e um marco de modernidade.
3. Foi objetivo do arquitecto inserir o edifício na paisagem sem a danificar e pretende marcar, em termos de produção, uma nova geração de azeite.

4. A leveza e delicadeza do projeto faz com que o edifício aparente estar levitando e sua presença é notada à distância. À noite, por exemplo, jogos de luz e cores complementam o cenário.
5. É um lagar equipado com as tecnologias mais sofisticadas para a produção de azeite e em que a sustentabilidade é uma prioridade (reciclagem de água, utilização do caroço de azeitona como biomassa para a caldeira).

ANEXO 13 – Guião de visitas escolares 1º e 2º
Ciclos

GUIÃO DE VISITAS ESCOLARES 1.º E 2.º CICLOS DO ENSINO BÁSICO

- ***PLV's devem estar abertos na galeria à volta das cadeiras que deverão estar viradas para a tela.***
- ***Livro de pistas com autocolantes devem estar preparados na mesa, para distribuir assim que for altura.***
- ***Oliveira deve estar montada no fundo da sala***
- ***Ter a tela já pronta para quando for necessário passar o ppt.***

Deve iniciar-se a visita recebendo a escola no piso 0 e explicando que estão no Lagar Oliveira da Serra, um edifício novo, bonito e moderno.

(Perguntar nesta fase se sabem que a Oliveira da Serra plantou o maior olival do mundo, fazendo a comparação, por exemplo, que os 10.000.000 de oliveiras plantadas ocupam, mais ou menos, o mesmo espaço que 10.000 campos de futebol. Para os alunos mais novos pode começar-se a explicação perguntando se eles sabem de que árvore vem a azeitona e anunciando que poderão ir visitar também o Olival.)

Durante a campanha as crianças deverão ser acompanhadas à zona de receção das azeitonas onde a guia deverá continuar o discurso, explicando as diversas zonas desta área. Fora da Campanha as crianças devem ser acompanhadas à galeria do azeite e ver o ppt, com a guia a explicar os pontos em baixo.

1. Começar por explicar como é feita a apanha da azeitona. Explicar os benefícios da apanha através de máquinas: pelo processo mecanizado as azeitonas caem diretamente em tabuleiros e não no chão.

As máquinas que fazem a apanha chamam-se Colossus porque são muito grandes (mais de 4 metros de altura).

2. Explicar que depois de recolhidas, as azeitonas são transportadas do olival para a zona de receção das azeitonas em grandes camiões onde se inicia o processo de extração de azeite.
3. O processo começa com a pesagem das azeitonas, que são também lavadas

para retirar restos de folhas e ramos.

Durante a campanha, nesta fase, as crianças devem dirigir-se à galeria do azeite e continuar o discurso. Deve ser dada a brochura com os autocolantes para acompanharem o resto da visita.

4. Na Sala de Extração o processo começa com a fase da “Moenda”. Nesta fase as azeitonas passam por uns tapetes rolantes e chegam a umas máquinas que as esmagam, moem e trituram. Daqui resulta o que chamamos de pasta da azeitona.
5. De seguida a pasta da azeitona entra numas bateadeiras gigantes onde é batida de forma lenta e aquecida para que seja mais fácil começar a separar o azeite!
6. O azeite é separado da pasta da azeitona numa outra máquina onde é batido de forma mais rápida, a cerca de 2.300 rotações por minuto. Aqui é separado também o caroço da azeitona e o bagaço. O bagaço pode servir como fonte de combustível alternativa, criando a biomassa. Perguntar se conhecem o termo biomassa e contar que no Lagar, a biomassa é usada nas caldeiras que fazem funcionar as máquinas.
7. Mas o azeite ainda não está totalmente limpo, pelo que é necessário retirar outros elementos que podem, com o tempo, alterar o seu sabor ou aroma. O azeite passa para umas máquinas chamadas “centrifugas verticais” que rodam muito rápido, 6.500 vezes por minuto!
8. O processo de produção de azeite está quase a chegar ao fim. Depois de limpo, o azeite é colocado numos depósitos onde fica durante 24h a descansar. Depois deste descanso final, o azeite é avaliado pelos chamados “provadores de azeite”. Os provadores testam o tipo de azeite consoante as suas características.

(Perguntar se já ouviram falar nos diferentes tipos de azeite e explicar que os “provadores de azeite” avaliam se este é frutado, amargo, picante ou doce. Anunciar que depois de terminarem a visita ali na Galeria poderão ir ver onde fica o Laboratório onde se analisa e avalia o azeite, caso haja esta possibilidade).

9. Depois de determinado o tipo de azeite, este está pronto para entrar a Sala de Armazenamento onde existem 48 depósitos muito grandes onde são guardados quase 4.000.000 de litros de sumo de azeitona, o equivalente a cerca de 2

piscinas olímpicas.

10. Finalmente o azeite está pronto. É agora transportado nuns camiões grandes para outro sítio onde é colocado em garrafas e posto o rótulo da Oliveira da Serra!

Fora da campanha dar agora a brochura às crianças e preencher as respostas com ajuda dos PLV's.

Avançar para o outro lado da Galeria para que os alunos possam ver as diferentes garrafas e evolução do azeite.

Para alunos até aos 12 anos, e de acordo com o Compromisso APAN assumido pela Sovena, não é recomendada a realização da degustação do azeite com os alunos deste target.

Realizar o Jogo da Oliveira: fazer 2 equipas que funcionem em estafetas e onde o aluno/equipa que for mais rápido/a a ir e vir até à oliveira ganha o direito a escolher um número que corresponderá a uma pergunta À qual a equipa deverá responder acertadamente. Ganha a equipa que tiver mais respostas corretas.

Descer para passar pelo Laboratório (quando possível) e seguir para o Olival.

Durante a campanha confirmar sempre, antes de a visita iniciar, com o Francisco Castanheira se está a ser feita a apanha junto ao Lagar para poder indicar a zona aos visitantes na fase da visita ao olival.

*ANEXO 14 - Guião de Visitas escolares 3º Ciclo e
Secundário*

GUIÃO DE VISITAS ESCOLARES 3.º CICLO DO ENSINO BÁSICO E ENSINO SECUNDÁRIO

- **Ter a tela e computador já pronto para passar o filme.**

Deve iniciar-se a visita recebendo a escola no piso 0 e explicando que estão no Lagar Oliveira da Serra, um edifício inaugurado em 2010, moderno e que é um símbolo da nova cultura do azeite em Portugal.

(Perguntar nesta fase se sabem que a Oliveira da Serra plantou o maior olival do mundo, fazendo a comparação, por exemplo, que os 10.000.000 de oliveiras plantadas ocupam, mais ou menos, o mesmo espaço que 10.000 campos de futebol.)

Durante a campanha os alunos deverão ser acompanhadas à zona de receção das azeitonas onde a guia deverá continuar o discurso, explicando as diversas zonas desta área. Fora da Campanha os alunos devem ser acompanhadas à galeria do azeite e ver o filme da viagem do azeite, após a qual a guia explicará melhor, os seguintes pormenores:

11. Começar por explicar como é plantada a oliveira e que no Olival existem dois sistemas de plantação: Olival Intensivo ou Olival Super Intensivo. No Olival Intensivo são plantadas cerca de 340 oliveiras por hectare e no Olival Super Intensivo são plantadas mais 1.600. A diferença está no espaço que existe entre as oliveiras plantadas.
12. Referir que o sistema de rega da plantação é um sistema de rega gota a gota, perto das raízes, integrado no projeto do Alqueva. A água vem da Barragem do Marmelo que abastece as redondezas do Lagar Oliveira da Serra.

(Explicar que são necessários cerca de 2.000m³ a 3.000m³ de água por hectare ao ano – 500 garrações de água por hectare para regar o olival).

13. Explicar de seguida como é feita a apanha da azeitona. Explicar quais os benefícios da apanha através de máquinas: pelo processo mecanizado as azeitonas caem diretamente em tabuleiros e não no chão.

(Nota: As máquinas que fazem a apanha chamam-se Colossus porque são muito

grandes (mais de 4 metros de altura e 3 metros de largura).

14. Explicar que depois de recolhidas, as azeitonas são transportadas do olival para a zona de receção das azeitonas em grandes camiões onde se inicia o processo de extração de azeite.

(Salientar o facto de o Lagar estar muito próximo do olival e permitir um menor tempo entre a apanha da azeitona e a extração do azeite, o que garante uma melhor qualidade do azeite.)

15. O processo de extração do azeite começa então com a pesagem das azeitonas, que são também lavadas para retirar restos de folhas e ramos.

Durante a campanha, nesta fase, os alunos devem dirigir-se à galeria do azeite e continuar o discurso. No final mostrar o filme da viagem do azeite em forma de resumo.

16. Na Sala de Extração o processo começa com a fase da “Moenda”. Nesta fase as azeitonas passam por uns tapetes rolantes e chegam a umas máquinas que as esmagam, moem e trituram. Daqui resulta o que chamamos de pasta da azeitona.
17. De seguida a pasta da azeitona entra numas bateadeiras muito grandes onde é batida de forma lenta durante 1 hora e é aquecida a 27.^o. Esta fase serve para favorecer a separação das partículas do azeite e a preservar os aromas do azeite.
18. A fase seguinte denomina-se “Decantação” e o azeite é separado da pasta da azeitona numa outra máquina, chamada de “*decanters*”, onde é batido de forma mais rápida, a cerca de 2.300 rotações por minuto. Aqui é separado também o caroço da azeitona e o bagaço. O bagaço pode servir como fonte de combustível alternativa, criando a biomassa.

Perguntar se conhecem o termo biomassa e explicar o que é. Contar que no Lagar a biomassa é usada nas caldeiras, como fonte de calor, que fazem funcionar as máquinas. Para além disso, as folhas são usadas como fertilizante ou alimentação animal, a água da lavagem é reencaminhada para uma lagoa onde, depois de tratada, serve para a rega e o bagaço é vendido para produção de energia.

Depois desta explicação sobre os diferentes usos dos resíduos do Lagar, perguntar se conseguem definir o conceito de sustentabilidade e associá-lo a fontes de energia.

19. Apesar de já ter sido separado de algumas partículas, o azeite ainda não está totalmente limpo, pelo que é necessário retirar outros elementos que podem, com o tempo, alterar o seu sabor ou aroma. O azeite passa para umas máquinas chamadas “centrifugas verticais” que rodam muito rápido, 6.500 vezes por minuto.
20. Depois de passar pelas “centrifugas verticais”, o processo de produção de azeite está quase a chegar ao fim. Depois de limpo, o azeite é colocado em 4 depósitos, onde cabem 8.000 litros de azeite em cada um, especialmente desenhados para este efeito, onde fica a descansar durante 24h. Depois deste descanso, o azeite é avaliado e determinado o tipo de azeite consoante as suas características.

(Perguntar se já ouviram falar nos diferentes tipos de azeite e explicar que durante a fase da avaliação existem os “provadores de azeite” – técnicos especializados na análise do azeite, e que estes avaliam se o azeite é frutado, amargo, picante ou doce. Anunciar que depois de terminarem a visita ali na Galeria poderão ir ver onde fica o Laboratório onde se analisa e avalia o azeite, caso seja possível).

21. Depois de determinado o tipo de azeite, este está pronto para entrar a Sala de Armazenamento onde existem 48 grandes depósitos onde são guardados quase 4.000.000 de litros de azeite, o equivalente a cerca de 2 piscinas olímpicas. O azeite pode ficar até um ano guardado nesta sala a uma temperatura controlada e protegida da luz.
22. Finalmente o azeite está pronto. É transportado em camiões cisterna para a fábrica de embalagem onde é colocado em garrafas e rotulado com o logotipo Oliveira da Serra.

Do lado da entrada na Galeria, os alunos do 3.º Ciclo e Ensino Secundário poderão participar na atividade de degustação do azeite, caso os Professores/Responsáveis ou Acompanhantes assim o permitam.

Posteriormente, avançar para o outro lado da Galeria para que os alunos possam ver as diferentes garrafas e evolução do azeite.

De seguida deverá ser entregue aos alunos o Template de Relatório e pedir-lhes que o preencham, se possível, na sala, conseguindo esclarecer qualquer dúvida com o Guia. Os alunos também poderão levar o Template de Relatório e preencher na Escola, pedindo-se neste caso aos Professores para depois devolverem os relatórios para o oliveiradaserra.lagar@sovena.pt. Dar um postal a cada aluno, como recordação.

Descer para passar pelo Laboratório (caso seja possível) e seguir para a visita ao Olival.

Durante a campanha confirmar sempre, antes de a visita iniciar, com o Francisco Castanheira se está a ser feita a apanha junto ao Lagar para poder indicar a zona aos visitantes na fase da visita ao olival.

ANEXO 15 – Avaliação das visitas

Avaliação das visitas



Relatório Visita

Lagar Oliveira da Serra

Data: ____ / ____ / ____

Nome: _____

Ano e Turma: _____

- ✗ Conhecer o processo modernizado de produção do azeite
- ✗ Aprender sobre o azeite, como se faz e como pode, e deve, ser utilizado
- ✗ Saber mais sobre a marca Oliveira da Serra

Descrição da visita (descreve aqui o que viste e aprendeste em cada um dos pontos):

1. Olival e Zona de Receção das Azeitonas

2. Sala de Extração

3. Sala de Armazenamento

4. Degustação do Azeite

5. Exposição

6. Sala de Avaliação do Azeite

Explica de forma sucinta o que gostaste mais nesta visita.

Partilha o que te interessou menos e porquê.

*ANEXO 16 - Listagem de empresas da Região
Alentejo*

**Listagem/base de dados online das Empresas da Região Alentejo Produtoras e
comercializadoras no setor do Vinho, Azeite e Café**

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-evora/>

<https://www.racius.com/olivicultura/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-evora/>

<https://www.racius.com/viticultura/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-portalegre/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-beja/>

<https://www.racius.com/industria-do-cafe-e-do-cha/distrito-evora/>

http://www.infoempresas.com.pt/C1083_INDUSTRIA-CAFE-CHA.html

http://www.infoempresas.com.pt/C10412_PRODUCAO-AZEITE.html

http://www.infoempresas.com.pt/A01261_OLIVICULTURA.html

http://www.infoempresas.com.pt/A0121_VITICULTURA.html