



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

TÍTULO | A importância da experiência turística na área da vitivinicultura

Nome do Mestrando | João David Carvalhinho Fernandes

Orientação | Prof^a Doutora Ana Maria Ferreira

**Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e
Produtos**

Relatório de Estágio

Évora, 2018



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

TÍTULO | A importância da experiência turística na área da vitivinicultura

Nome do Mestrando | João David Carvalhinho Fernandes

Orientação | Prof^a Doutora Ana Maria Ferreira

**Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e
Produtos**

Relatório de Estágio

Évora, 2018

Aos meus pais, a quem dedico o esforço por
me darem este (de)grau.

(por me ensinarem que “não é aos saltos que se sobe uma montanha, mas a passos lentos e firmes” - São Gregório Magno)

Agradecimentos

O sucesso de um objectivo alcançado, é resultado de um conjunto de pessoas e factores que diariamente exercem em nós a sua influência, aliado a um esforço hercúleo que muitas vezes passa despercebido.

As pessoas aqui mencionadas, tiveram de alguma forma alguma influência na obtenção do grau de Mestre, e na conclusão do relatório.

Pais: Por me terem apoiado aquando da tomada de decisão de me candidatar ao mestrado, quando tudo à nossa volta parecia desabar, e juntos termos superado todas as adversidades.

Professores: Por todos os conhecimentos transmitidos quer durante a Licenciatura, quer durante o Mestrado e por toda a disponibilidade revelada e terem sempre as portas dos gabinetes abertas para me ajudar.

Évora Night Runners: Por todos os quilómetros partilhados, por conseguirem ajudar-me a descomprimir, e ter sempre neles um refúgio sempre que a pressão/stress relativos ao relatório aumentava.

A todas elas o meu mais profundo agradecimento. Foram fundamentais para a obtenção do grau de Mestre e para a conclusão deste relatório; E faço votos para que estes laços criados, e esta estrutura à minha volta se mantenha durante largos anos.

Resumo

O presente relatório de estágio apresenta como principal objectivo, fazer uma descrição, análise e reflexão acerca do estágio levado a cabo durante 4 meses no enoturismo Cartuxa. Este relatório está inserido no âmbito do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e produtos com o objectivo de adquirir o grau de Mestre pela Universidade de Évora.

Para a elaboração deste relatório foi realizado uma revisão da literatura sobre turismo cultural, enoturismo, perfil do turista que visita a cidade de Évora, a qual deu origem ao quadro conceptual que suporta a investigação empírica. Caracteriza-se a entidade em que se realizou o estágio e as atividades desenvolvidas e uma análise crítica de desempenho, realçando os aspetos positivos e os menos conseguidos do trabalho desenvolvido. Por consequência, o relatório contém uma componente de investigação científica e um relato de cariz operacional.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Enoturismo; Perfil do turista; Desenvolvimento do Enoturismo

Abstract

The importance of tourism experience in the wine sector

The main goal of this report is to make a description, analysis and reflection about the internship developed during 4 months at Enoturismo Cartuxa. This report is part of the Master's degree in Tourism and Development of Destinations and Products with the purpose to acquire the Masters Degree by the University of Évora.

This report will include a literature review about cultural tourism, wine tourism, profile of the tourist that visits the city of Évora, which gave rise to the conceptual framework that supports the empirical research. The focus will be the entity in which the internship occurred, the activities that were carried out, and a critical analysis of the personal performance, highlighting the positive and the less achieved aspects of the work developed. As a consequence, the report contains a scientific research component and an operational report.

Key-Words: Cultural Tourism; Wine Tourism; Tourist profile; Wine Tourism Development

Siglas e abreviaturas

AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

FEA - Fundação Eugénio de Almeida

INE - Instituto Nacional de estatística

OIT – Organização Internacional do trabalho

OMT - Organização Mundial de Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

UE – Universidade de Évora

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

Índice

Introdução	9
Capítulo I - Fundamentação teórico-conceitual	12
1.1 - A importância do turismo no País e na região de Évora	12
1.2 - Os mercados concorrentes	18
1.3 - Conceito de cultura	20
1.4 - Relação entre Turismo e Cultura	21
1.5 - Turismo Cultural	22
1.6 - O perfil do turista cultural	26
1.7 - O enoturismo como forma de Turismo Cultural	31
2 - Considerações metodológicas	42
3 - Caracterização da entidade de estágio - Enoturismo Cartuxa	46
3.1 - Caracterização geral da Fundação Eugénio de Almeida	46
3.1.1 - O início da Fundação por Vasco Maria Eugénio de Almeida	46
3.1.2 - O património	47
3.1.3 - O convento da Cartuxa de Santa Maria Scala Coeli	48
3.1.4 - A Quinta de Valbom	50
3.1.5 - O Pátio de São Miguel	51
3.1.6 - O Palácio da Inquisição e as Casas Pintadas	52
3.1.7 - As “Casas Pintadas” ou de Vasco da Gama	53
3.1.8 - A Gestão Patrimonial	54
4 - Descrição das actividades realizadas durante o período de estágio	61
5 - Reflexão crítica das actividades desempenhadas/ Avaliação global do estágio	77
Conclusão	80
Bibliografia/ Webgrafia	82
Anexos	85



Introdução

O relatório apresentado faz parte do programa do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos da Universidade de Évora (UE), e tem como propósito apresentar uma fundamentação teórico-conceitual acerca do Turismo Cultural, apresentando conceitos de cultura, de que forma a cultura se relaciona com o turismo, abordar de forma mais centrada o turismo cultural, fazer uma descrição do perfil do turista cultural, e terminando com a ligação entre o Enoturismo e o Turismo Cultural, baseando-se em artigos científicos.

Será também realizada uma exploração às abordagens metodológicas levadas a cabo durante o estágio, e na elaboração do presente relatório. Como forma de enquadrar o local de estágio, será feita uma análise de forma mais geral à Fundação Eugénio de Almeida (FEA), sendo que gradualmente, o relatório tornar-se-á mais aprofundado e centrado no local do estágio, a Quinta de Valbom.

Após o enquadramento teórico, será então que se abordarão as questões mais práticas e pessoais deste relatório. Assim, este relatório contém um tópico dedicado às actividades levadas a cabo durante o estágio, terminando com um capítulo onde será feita uma reflexão crítica acerca da experiência de estágio que decorreu de 12 de Março a 12 de Junho de 2018 no Enoturismo Cartuxa - Quinta de Valbom.

A ideia de realizar um estágio nesta área, surgiu da necessidade de experimentar coisas novas e sair da zona de conforto a que estava habituado de experiências anteriores. Assim, foi apresentada esta ideia à coordenadora de curso e docente da unidade curricular de Seminários Temáticos -que viria a ser a orientadora de estágio- que visa preparar os discentes para o estágio curricular a realizar no semestre seguinte, e fazer a ponte entre a Universidade de Évora e a entidade onde se realizará o estágio.



A partir destas ideias, e com as orientações dadas pela coordenadora de estágio, a Professora Doutora Ana Maria Ferreira, foi possível elaborar uma proposta de estágio à Fundação Eugénio de Almeida, que seria entregue ao Conselho de Administração do Enoturismo de forma a dar seguimento ao processo burocrático entre as entidades. Essa proposta continha propostas e objectivos de estágio, que visavam observar e recolher dados acerca de lacunas que se pudessem corrigir, através de uma observação participante e que melhorassem a qualidade da experiência turística na visita ao Enoturismo Cartuxa.

Este relatório de estágio, também se propõe a demonstrar a relação existente entre o Enoturismo e o impacto e desenvolvimento de uma região, fazendo uma análise de artigos científicos que fundamentam esta visão que engloba o enoturismo como um ramo do Turismo Cultural e que pode ter impactos positivos no desenvolvimento de uma região.

Na entidade de estágio que acolheu o autor do presente relatório durante 4 meses, foi recebido e orientado pela Dra. Eunice Amaro, que ficou responsável por providenciar todo o apoio que necessitasse, e por coordenar as actividades desenvolvidas durante o período de estágio. Por outro lado, a vertente académica de acompanhamento e orientação durante o estágio, ficou a cargo da Professora Doutora Ana Maria Ferreira. De salientar que a excelente coordenação entre as partes envolvidas para a realização do estágio, e o apoio recebido quer da FEA, quer da liberdade e à vontade recebido pela UE via orientadora de estágio, foram fundamentais para a minha prestação e rendimento durante o estágio pois permitiu estar 100% focado nas funções a desempenhar.

O primeiro capítulo deste relatório pretende fazer uma apresentação e uma fundamentação teórico-conceptual acerca das temáticas relacionadas durante o estágio, e terminando com uma análise com base em artigos científicos sobre de que forma isso valoriza e se insere dentro do Turismo Cultural.



Assim, o primeiro capítulo deste relatório apresenta-se estruturado com os seguintes pontos: Conceito de Cultura; Relação entre Turismo e Cultura; Turismo Cultural; O perfil do turista cultural e O enoturismo como forma de Turismo Cultural.

O segundo capítulo do relatório, prende-se com a metodologia a utilizar durante o estágio, e para a elaboração deste relatório.

O terceiro capítulo pretende fazer uma caracterização geral da Fundação Eugénio de Almeida, uma vez que a mesma é detentora de um vasto património, e tem um papel activo em diversas áreas de atuação na região do Alentejo. O autor do presente relatório considerou fundamental fazer uma primeira análise mais geral à história da FEA seguido de uma análise ao património da Fundação, e depois então uma análise mais aprofundada e histórica à Quinta de Valbom onde funciona o Enoturismo e decorreu o estágio.

No quarto capítulo pode-se encontrar uma descrição detalhada daquilo que foram as funções do autor durante o estágio. Neste capítulo procura-se que o leitor consiga ter uma percepção daquilo que é a visão da experiência do turista na visita ao Enoturismo Cartuxa, mas que também consiga compreender a visão do profissional, através das funções que são desempenhadas para garantir a satisfação máxima do cliente, havendo uma análise diferenciada daquelas que se consideram ser as funções principais e secundárias, através de uma observação participante em que foram recolhidas informações através de conversas informais com turistas e colegas, durante o período de estágio.

Por último, o último capítulo contém o que é pedido neste relatório, que haja sentido e espírito crítico às funções desempenhadas durante o estágio, apresentando aquilo que se considera serem sugestões de melhoria do funcionamento do Enoturismo Cartuxa tendo como base de partida as funções desempenhadas ao longo do período de estágio.



Capítulo I - Fundamentação teórico-conceitual

1.1 - A importância do turismo no País e na região de Évora

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), e aceite pela maioria dos intervenientes no negócio, o turismo é “uma actividade que as pessoas realizam durante a sua viagem e a permanência em lugares diferentes dos que vivem, com a duração inferior a um ano”.

O turismo teve um grande desenvolvimento no séc. XIX, após a Revolução Industrial; Com a crescente circulação de comboio reduziu-se imenso o tempo das deslocações, tornando-se as viagens de lazer mais comuns,

A Primeira Exposição Universal, Londres 1851, que atraiu um grande número de visitantes, marca o nascimento das viagens organizadas de um dia para as massas, por Thomas Cook, cujo nome iria tornar-se sinónimo de turismo organizado nos anos seguintes. (Hobsbawm, 1988, p. 213).

Em 1936 a OIT (*Organização Internacional do Trabalho*), estabeleceu o princípio das férias pagas, o que contribuiu para que as famílias tivessem um maior rendimento, que poderia ser aplicado em lazer.

Nos anos seguintes à II Guerra Mundial, em grande parte devido ao desenvolvimento económico e social, o turismo sofre um forte incremento à escala mundial, caracterizando-se pela procura de diversão e pelas viagens culturais.

Na Europa, o Acordo de Schengen (1985, entretanto alargado a mais países) e o Tratado de Maastricht (1992) foram duas das mais importantes medidas políticas para o desenvolvimento do turismo uma vez que vieram permitir a livre circulação de bens, pessoas e capitais e eliminando os controlos fronteiriços na União Europeia.

A facilidade de circulação no espaço Schengen, permite que os cidadãos europeus façam anualmente 1 250 milhões de viagens turísticas por



toda a Europa, sem qualquer barreira ou entraves burocráticos. (Malmström, 2016)

Naturalmente, Portugal acompanha a tendência mundial de crescimento do turismo, sendo este a maior actividade económica exportadora do país, gerando 50,1% das exportações de serviços e 18% das exportações totais, tendo as receitas turísticas registado um contributo de 7,8% no PIB português. (INE, Banco de Portugal, 2017)

Figura 1 - A importância do turismo nos dias de hoje

	2015	2016 ^{PO}	VARIAÇÃO
Dormidas	48,9 milhões	53,5 milhões	+ 4,6 milhões + 9,4%
Receitas	11,5 mil milhões	12,7 mil milhões	+ 1,2 mil milhões + 10,4%
Hóspedes	17,4 milhões	19,1 milhões	+1,7 mil milhões + 9,7%
Exportações	15,4% do total de Exportações de bens e serviços do País	16,7% do total de Exportações de bens e serviços do País	+ 1,3%
Saldo da Balança Turística	7,8 mil milhões €	8,8 mil milhões €	+ mil milhões + 12,8%
Emprego	280 mil	328 mil	+ 48 mil + 17,1%

Fonte: INE e Segurança Social.

O turismo tem atingido números recorde em Portugal, com especial destaque para:

- Alargamento da atividade turística a meses menos tradicionais, com dois terços do crescimento a incidir na «época baixa»
- Aumento do emprego no turismo (+ 44 mil), com um peso de 7% na economia nacional
- Todas as regiões do país têm um crescimento significativo, em 2017, com destaque para os Açores (+ 16%), o Centro (+ 15%) e o Alentejo (+ 12%)

Fonte: (INE, Banco de Portugal, 2017).



Contudo, as diferentes regiões de Portugal, apresentam mercados emissores diferentes de região para região, conforme se pode observar no quadro abaixo:

Quadro 1 - Mercados emissores por regiões

Mercados emissores por regiões (dormidas)						
Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira
Espanha (889 mil)	Espanha (590 mil)	França (1,4M)	Espanha (118 mil)	Reino Unido (6M)	Alemanha (230mil)	Reino Unido (1,9M)
França (608 mil)	França (333 mil)	Espanha (1,3M)	França (84 mil)	Alemanha (1,8M)	EUA (114 mil)	Alemanha (1,8M)
Brasil (344 mil)	Brasil (145 mil)	Alemanha (931 mil)	Brasil (48 mil)	Holanda (1,4M)	Espanha (100 mil)	França (636 mil)

Fonte: Do autor adapt AICEP Portugal Global (2017)

Quanto ao posicionamento internacional, a prestação de Portugal relativamente ao turismo na década de 2005-2015 coloca-o nos seguintes patamares:



Figura 2 - Prestação de Portugal na última década



Fonte: OMT (2016); Eurostat (2016); INE (2016); Fórum Económico Mundial (2015) apud AICEP Portugal Global (2017)

Relativamente às receitas geradas graças ao turismo, verifica-se que os 10 principais mercados são os indicados no quadro abaixo:

Quadro 2 - Evolução dos principais mercados

Principais mercados (em Milhões de euros)		
Principais mercados	2016	Jan-Ago 2017
França	2277	1726
Reino Unido	2267	1666
Espanha	1641	1301
Alemanha	1482	1059
EUA	593	537
Holanda	509	423



Brasil	400	372
Bélgica	388	292
Irlanda	313	259
Angola	309	254

Fonte: Do autor adapt AICEP Portugal Global (2017) p.8

Segundo dados do INE (2013), a cidade de Évora tem um peso de 23% nas dormidas de todo o Alentejo; Mas focando-nos apenas no Alentejo Central, essa percentagem sobe para 70%, o que demonstra bem a importância deste destino turístico ter um passado riquíssimo que faz dele Património Mundial. A classificação da UNESCO é fundamental para a atracção de turistas de todo o mundo.

Quadro 3 - Dados referentes a Évora

Dados referentes a Évora	2001	2011	2016
População residente	56552	56436	53474
Museus	2	2	6
Sessões de espectáculos ao vivo	124	201	186
Espectadores de espectáculos ao vivo	9930	27297	20808
Ecrãs de cinema		2	2
Despesas da Câmara Municipal em cultura e desporto (%)	12,8	12,1	6,7
Estabelecimentos hoteleiros	nd	17	34
Capacidade dos estabelecimentos hoteleiros	nd	1826	2824
Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros	nd	204179	334472

Fonte: PORDATA, (2018)



Actualmente a grande aposta para o turismo em Portugal “A Estratégia Turismo 2027 (ET27)

”propõe uma estratégia de longo prazo, que visa os seguintes objectivos:

- Proporcionar um quadro referencial estratégico a 10 anos para o turismo nacional;
- Assegurar a estabilidade e assumir compromissos quanto às opções estratégicas para o turismo nacional;
- Promover uma integração das políticas sectoriais;
- Gerar uma contínua articulação entre os vários agentes do Turismo;
- Agir com sentido estratégico no presente e no curto/médio prazo;
- Combate à Sazonalidade
- Valorização do Património e Cultura
- Desconcentração da Procura
- Qualificação e valorização dos Recursos Humanos
- Estímulo à Inovação e ao Empreendedorismo.”



1.2 - Os mercados concorrentes

Os principais concorrentes de Portugal ao nível do turismo, situados em torno do Mar Mediterrâneo, oferecem também eles para além do sol e mar, um vasto património cultural, material e imaterial.

Os mesmos podem ser analisados através de duas vertentes: Uma que analisa o número de turistas, e a outra, que analisa as receitas geradas como se pode observar nos quadros abaixo:

Figura 2 - Número de turistas por mercado

	Turistas nos Mercados Bacia Mediterrâneo	Unidade: milhares	Anos			Var. %		
			Rank	2015	2016	2017*	15/14	16/15
França	1	TF	84 452	82 600	89 786	0,9	-2,2	8,7
Espanha	2	TF	68 175	75 315	81 786	5,0	10,1	8,6
Itália	3	TF	50 732	52 372	57 504	4,4	3,2	9,8
Turquia	4	TF	39 478	30 289	37 601	-0,8	-23,3	24,1
Grécia	5	TF	23 599	24 799	27 194	7,1	5,1	9,7
Portugal***	6	TCE/TF	10 140	18 200	---	9,3	n/a	---
Croácia	7	TCE	12 683	13 809	15 593	9,1	8,9	12,9
Marrocos	8	TF	10 177	10 332	11 314	-1,0	1,5	9,5
Bulgaria	9	TF	7 099	8 252	9 259	-2,9	16,2	9,4
Egito	10	TF	9 139	5 258	8 021	-5,1	-42,5	52,6

Fonte: Turismo de Portugal



Figura 3 - Receitas geradas nos mercados

Receitas nos Mercados Bacia Mediterrâneo	Unidade: milhões €		Anos			Var. %	
	Rank	2015	2016	2017*	15/14	16/15	17/16*
Espanha	1	50 987	54 658	60 179	4,0	7,2	10,1
França	2	52 583	49 263	53 697	-5,4	-6,3	9,0
Itália	3	35 555	36 358	38 976	3,8	2,3	7,2
Turquia	4	23 989	16 932	20 302	-9,9	-29,6	19,9
Portugal	5	11 451	12 680	15 153	10,2	10,7	19,5
Grécia	6	14 126	13 206	14 632	5,5	-6,5	10,8
Croácia	7	7 962	8 703	9 574	7,6	8,5	9,9
Egito	8	5 466	2 390	7 027	-15,9	-56,4	194,0
Marrocos	9	5 645	5 915	6 418	-1,4	5,0	8,5
Bulgária	10	2 835	3 283	3 588	-3,6	15,7	9,3

Fonte: Turismo de Portugal

Quadro 4 - Análise aos aspectos positivos e negativos do turismo

Uma década em análise	
Factores Positivos	Aspectos a melhorar
Território e recursos turísticos mais habilitados	Capitalização das empresas
Infraestruturas de suporte ao desenvolvimento	Qualificação dos recursos humanos
Crescimento em vários indicadores da procura turística	Rendimentos dos trabalhadores do turismo
Oferta de alojamento mais qualificada	Burocracia e custos de contexto
Novas formas de alojamento e de animação turística	Digitalização da oferta turística
Empreendedorismo criativo em crescimento	Sazonalidade
Aumento da oferta de atividades e de animação turística	Assimetrias regionais
Reconhecimentos e prémios	Informação sobre Portugal nos



internacionais em diversas áreas do turismo português	mercados externos
Acréscimo de ligações aéreas	Trabalho em rede e promoção conjunta e cocriação
	Sustentabilidade do destino e das empresas

Fonte: Do autor adapt AICEP Portugal Global (2017) p.8

1.3 - Conceito de cultura

Para definirmos o que é a cultura, precisamos de entender que não há um tipo específico de cultura. Ou seja, a cultura é algo que está em constante evolução, presente em diversas áreas de actuação uma vez que é “uma construção histórica e que está relacionada com todos os aspectos da vida social”. (Marujo, 2016).

A cultura é algo que reúne “todas as expressões materiais e imateriais mas também todas as formas como elas são partilhadas comunicadas e transmitidas” (Marujo, 2016), sendo que não existe nenhuma cultura em estado puro que seja idêntica a si própria pois sofrem constantemente influências internas e externas devido ao facto de toda a cultura ser um processo contínuo de construção, desconstrução e reconstrução. Sendo que a cultura de todas as sociedades urbanas e rurais contém representações de uma comunidade, ou seja, elementos de identidade de um povo, lugar ou de um grupo (Marujo, 2016).

É também um factor inegável que é graças ao turismo cultural, que um determinado destino consegue desenvolver-se graças ao aproveitamento da sua cultura e recorrendo ao turismo para o dinamizar e atrair pessoas para consumir a sua cultura. “É também reconhecido que o turismo cultural pode estimular um renascimento do interesse local nas formas culturais tradicionais,



fortalecendo assim os laços culturais e permitindo aos actores locais o acesso a benefícios materiais.” (McKean, 1989 apud Shepperd, 2002 p.3)

Terminando, podemos concluir que a cultura é algo bastante pessoal e identitário de uma comunidade, que está em constante evolução e que “sem turismo não há cultura uma vez que toda a prática turística é cultural.” (Marujo, 2016 apud (Richards 2009; Pereiro, 2010)

1.4 - Relação entre Turismo e Cultura

Marujo (2016) diz que “Os estudos sobre a relação entre o Turismo e a Cultura, apresentam duas posturas opostas”. As visões que a autora defende são as seguintes:

1 - “Uma que defende a preservação dos bens culturais, mas critica a sua relação com o turismo.”

2 - “A outra que vê na actividade turística, de forma controlada, uma oportunidade para preservar e conservar a cultura, tanto pela justificativa de uso, quanto pelo lucro que traz.”

Esta diferença de visões citadas existe, porque a defesa da cultura deve ser feita inicialmente e directamente com a comunidade onde se insere, podendo a actividade turística ser prejudicial para a normal relação entre turismo e cultura.

A autora defende que a relação entre Turismo e Cultura é feita através de três tipos de formas.

Uma primeira forma que liga o Turismo à Arte onde a cultura “pode ser utilizada como um recurso para atrair turistas para um determinado turístico” (Marujo, 2016). Sendo que esses recursos podem ser espetáculos musicais, peças de teatro, museus entre outros. Esta forma de relação entre turismo e



cultura, “pode conferir ao turista um certo *status* que confirme a integração num determinado grupo social.”. (Marujo, 2016).

A segunda forma assenta na relação entre Turismo e Património Monumental como “Património é visto como parte da tradição cultural da sociedade” (Marujo, 2016 apud Henriques 2003). Esta forma de cultura é refletida no dia-a-dia de um destino turístico, que espelha a motivação habitual de lazer sociais e económicas dos habitantes.

A terceira e última forma é feita entre o Turismo e um lugar específico, como define (Marujo, 2016 apud Henriques 2003) “A atracção turística é entendida como o lugar tomado no seu todo, na sua totalidade, estreitamente associado ao designado “sentido de lugar” (atmosfera, gastronomia, folclore, exotismo, etc.).

Defende a autora que esta forma está relacionada com os aspectos subjetivos de um lugar e explora as memórias, a ligação espiritual ou a nostalgia, fazendo com que os turistas voltem mais vezes a esse mesmo local. (Marujo, 2016).

1.5 - Turismo Cultural

O estudo da cultura é realizado pela área das ciências sociais; o que origina uma grande variedade de significados conforme o contexto de análise por parte dos estudos de académicos das mais variadas áreas das ciências sociais, como a antropologia, sociologia, história, geografia e até filosofia às quais o turismo foi buscar o seu contributo. (Marujo, 2014 apud Ivanovic, 2008).

Outro dos artigos utilizados para desenvolver a fundamentação conceptual relativamente ao Turismo Cultural, foi o de (Shepperd, 2002). Neste artigo o autor afirma que “os autores da regressão cultural argumentam que o turismo cultural pode estimular um renascimento do interesse local nas formas culturais tradicionais, fortalecendo assim os laços culturais e proporcionando aos agen-



tes locais terem acesso a benefícios materiais” (McKean, 1989 apud Shepperd, 2002 p.3). “Fundamentalmente, no entanto, essa posição pressupõe que actores locais possam facilmente distinguir entre o que é "sagrado" (e não aberto ao turismo) o que é "profano" (e, portanto, aberto à mercantilização) ” (Picard, 1996, 1997 apud Shepperd, 2002 p.3)

Shepperd (2002) afirma que, “de acordo com o modelo de Lévi-Strauss, os defensores de um modelo de erosão cultural provocado pelo turismo alertaram sobre a redução na qualidade estética dos produtos culturais e tradições devido às diligências turísticas, argumentando que a ascensão do turismo inevitavelmente leva a um processo de mercantilização cultural”.

“O argumento utilizado é que, enquanto o turismo pode promover um interesse renovado em artes e práticas sociais entre os artesãos locais e outros, as compras turísticas são alimentadas pelo desejo de possuir uma marca, ao invés de qualquer interesse genuíno, tradições culturais ou crenças.” (Shepperd, 2002 apud Mathieson e Wall, 1982).

Refere (Shepperd, 2002 apud Kirshenblatt-Gimblett, 1998) que “em vez de ser uma recuperação do passado, a herança e o turismo funcionam como uma nova forma de produção cultural (uma indústria de valor agregado) ” corroborando a opinião acima referida.

Usando novamente o artigo de Marujo, (2014), o tema dos prós e dos contras do turismo cultural, e o seu impacto numa comunidade, já foi amplamente debatido por diversos autores, apresentando duas perspectivas distintas:

“Uma visão que defende a preservação dos bens culturais, mas que critica a sua relação com o turismo, uma vez que considera que a defesa do património deve ser feita primeiramente e diretamente com a comunidade à qual ele está ligado, podendo a atividade turística interferir negativamente nesta relação”. (Marujo, 2014 apud Hughes 2002)



A segunda visão “vê na atividade turística, desde que de uma forma controlada, uma oportunidade para preservar e conservar o património, tanto pela justificativa de uso, quanto pelo lucro que traz”. (Marujo, 2014 apud Choay, 1999).

No entanto, apesar de haver estas duas visões sobre o turismo cultural há entre os autores contemporâneos, a opinião de que deverá haver um maior diálogo entre os agentes culturais e turísticos para se compreender melhor as especificidades de cada um e possibilitando a revitalização da identidade através do património cultural, material ou imaterial, reduzindo os impactos negativos na comunidade. (Marujo, 2014 apud Meethan, 2001; Craik, 2003; Richards, 2007).

É essa possibilidade de revitalização da identidade, através da cultura de uma comunidade, que se percebe que a noção de turismo se alterou no final do séc. XX quando a cultura deixa de ser algo pertencente ao património cultural de uma comunidade, e passa a ser o elemento distintivo de outros destinos (Richards, 2009 p.21). Devido a essa percepção, a articulação crescente entre a cultura e o turismo foi estimulada por uma série de factores mencionados no quadro abaixo.

Quadro 5 - Factores que potenciam a ligação entre turismo e cultura.

Lado da Procura	Lado da Oferta
Maior interesse na cultura, como fonte de identidade e de distinção relativamente à globalização;	Desenvolvimento do turismo cultural como forma de estimular a criação de trabalhos e as receitas.
Níveis crescentes de capital cultural, estimulados pelo aumento dos níveis de educação.	O turismo cultural passa a ser visto como um mercado em desenvolvimento, e de turismo de “qualidade”



Envelhecimento populacional em regiões desenvolvidas	Uma oferta crescente de cultura como resultado do desenvolvimento regional.
O desejo de formas directas de experiências	Crescente acessibilidade da informação sobre cultura e turismo através de novas tecnologias.
Estilos de consumo pós-moderno, optando pelo desenvolvimento pessoal, em detrimento do materialismo.	Surgimento de novas nações e regiões ansiosas por marcarem uma identidade distinta (ex: o impacto de estados recém-independentes na Europa Central e Oriental)
Importância crescente da cultura imaterial e o papel da “aparência”.	Um desejo de projetar a imagem externa de regiões e nações
Aumento da mobilidade, permitindo o acesso a outras culturas	Problemas de financiamento à cultura motivados pelo aumento da oferta cultural

Fonte: Do autor apud (Richards, 2009 p.21-22)

A estimulação dos factores acima mencionados, fez com que a cultura passasse a ser cada vez mais utilizada como um aspeto do produto turístico e da imagem estratégica do destino. (Richards, 2009 p.22).

Os seguintes autores presentes em Marujo (2014) com os quais mais nos identificamos para suportar a realização deste relatório, tem cada um a sua visão e definição para o turismo cultural. Por exemplo, Pires (2004) defende que “a convergência que existe entre turismo e cultura deve-se à ‘culturalização da sociedade’ e à ‘culturalização das práticas turísticas’, fenómenos que conjugados deram origem à designada ‘cultura do turismo’ “. E Pérez, (2009) argu-



menta que: “o binómio cultura-turismo é o resultado dos processos de mercantilização e reificação da cultura e do património cultural”.

Já em Barreto, (2007 p.23), o mesmo define que “é possível falar de uma ‘cultura do turismo’, dado que o turismo é também um fenómeno cultural historicamente determinado.”. Devido a isso, defende que “poderíamos dizer que a cultura do turismo ou as culturas do turismo estão constituídas pelas regras que regem o comportamento dos turistas na fase de preparação durante as suas viagens e no regresso dos mesmos, regras estas que estão socialmente determinadas” (Barreto, 2007 p.23). A autora vai mais longe e afirma que: “A cultura turística dos viajantes com níveis educacionais mais baixos é diferente da cultura turística daqueles que têm mais alfabetização”, argumentando ainda que “são diferentes as regras para viajar, o porquê, o para onde e a forma” (Barreto, 2007 p.24). Este argumento assenta no turismo cultural uma vez que as motivações, as expectativas e o consumo de experiências turísticas culturais variam de indivíduo para indivíduo.

1.6 - O perfil do turista cultural

Em (Richards 2001 apud Marujo 2014) encontramos uma análise relativamente ao perfil do turista cultural afirmando que se assiste cada vez mais a um aumento das visitas culturais, devido ao facto de mais e mais atrações serem classificadas como culturais.

Porém para (Marujo, 2014) “o consumo da cultura está cada vez mais influenciado pelo processo de decisão e seleção dos turistas. Esta procura pelo consumo da cultura depende de uma série de fatores como, por exemplo, das imagens veiculadas pelos meios de comunicação, da globalização e da disponibilidade de tempo”. (Vaquero 2006 apud Marujo, 2014) afirma que, “a componente cultural subjaz na totalidade das deslocações turísticas, uma vez que a curiosidade em conhecer outras formas de vida e outros lugares está na mesma génese do fenómeno turístico.” O autor sustenta que “existe uma vasta



gradação na intensidade da motivação cultural, relacionada com a finalidade da visita e, por isso, este fator possibilita a diferenciação do turismo cultural como modalidade turística.”

“O turista cultural procura relacionar-se com a comunidade, valorizar a cultura em toda a sua complexidade e singularidade.” (Marujo, 2014). A mesma afirma que o turista cultural “movimenta-se à procura de ícones que, de certa forma, caracterizam a identidade local/regional e a memória coletiva.” (Stebbins 1996 apud Marujo 2014) defende que “alguns dos turistas culturais são como que profissionais nas suas convicções, ou seja, são motivados pela sua perseverança, chegando a fases de aquisição de conhecimentos especializados, tornando-se membros de um mundo distinto, na formação de identidade e o desejo de atingirem vantagens a longo-prazo.” Portanto “o turista cultural é aquele para quem a cultura assume um papel fundamental no processo de decisão da escolha do destino e nas atividades (passivas ou ativas) que ele desenvolve durante a sua permanência no local visitado.” Marujo, (2014). No entanto afirma que o aprofundamento do conceito de turista cultural exige uma “clarificação na determinação da razão primeira da deslocação, ou seja, requer a determinação se estamos perante um indivíduo motivado a viajar por razões de turismo cultural, ou se estamos perante um indivíduo que procura profundas experiências culturais quando viaja” (Henriques, 2003 apud Marujo, 2014).

No artigo encontramos ainda outra noção sobre o perfil do turista. “A motivação para exercer turismo cultural depende mais dos turistas como elementos ativos do que da cultura dos anfitriões que eles visitam”, uma vez que “...a simples oportunidade de constatação de realidades estranhas pode ser insuficiente para que elas se tornem, de facto, conhecidas” (Andrade, 2002). Este autor considera ainda que “a motivação cultural consiste no desejo ou necessidade do turista participar em ambientes e sociedades diferentes do que aqueles que lhes são próprios. Assim, o turista dispõe-se a interferir e a integrar-se num processo cultural, como elemento ativo e passivo de influência.” (Andrade, 2002 apud Marujo, 2014)



Smith (2003) estabeleceu uma distinção entre o pós-turista e o turista cultural, onde confirmou que podem existir diferenças nos seus interesses, motivações e expectativas (Quadro II).

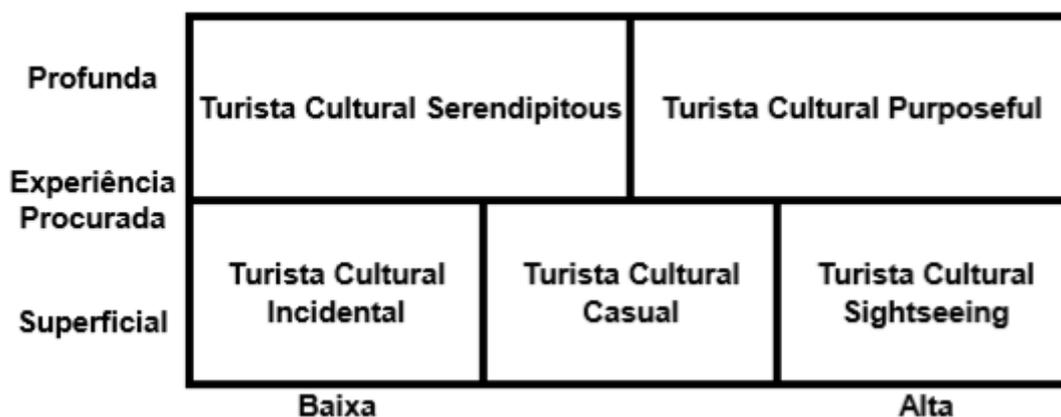
Quadro 6 - Diferenças entre o pós-turista e o turista cultural

Pós-turista	Turista cultural
Gosta das experiências simuladas;	Interessa-se pela deslocação pessoal ao lugar e valoriza a noção de viagem;
Pouca diferença entre o turismo, o lazer e o estilo de vida;	Procura ativamente a diferença;
Aceita que não existe uma experiência turística autêntica;	Procura autenticidade objetiva nas experiências culturais;
Aceita a mercantilização da cultura;	Procura a autenticidade existencial e o envolvimento do eu;
Apresenta indiferença irónica pelas experiências e situações;	Procura interagir profundamente com os destinos e os seus habitantes;
Pouco interesse em diferenciar a realidade da fantasia;	Pode ter expectativas idealizadas dos lugares e das pessoas;
Interessado em experiências supra-reais”;	Interessado em experiências reais;
Aceita as representações e as simulações.	Desvaloriza as simulações e as representações.

Fonte: (Smith 2003:35 apud Marujo, 2014 p.7)

Na figura (I), o autor faz uma análise onde verifica que o eixo horizontal reflete a centralidade do turismo cultural na decisão global para visitar um destino. (McKercher e Cros, 2002 apud Csapó, 2012 p.8)

Figura 4 - Tipologias de Turista Cultural



Fonte: (McKercher e Cros, 2002 apud Csapó, 2012 p.8)

(McKercher e Cros, 2002 apud Csapó, 2012), separou a tipologia de “turista cultural”, em 5 sub-tipos como se demonstra na figura abaixo, seguindo-se as reflexões relativas a cada sub-tipo.

Figura 5 - Tipos de turista cultural

Tipos de turista cultural	Breve caracterização
O turista cultural purposeful	O turismo cultural é a principal motivação para visitar um destino e o turista tem uma experiência cultural muito profunda e elaborada
O turista cultural sightseeing	O turismo cultural é a principal razão para visitar um destino, mas a experiência é menos profunda e elaborada
O turista cultural serendipitous	Um turista que não viaja por motivos culturais, mas que, depois de participar, acaba por ter uma profunda experiência de turismo cultural
O turista cultural casual	O turismo cultural é um motivo fraco para viagens e a experiência resultante é superficial
O turista cultural acidental	Este turista não viaja por motivos culturais, mas participa de algumas atividades e tem experiências superficiais

Fonte: Do autor apud Csapó, 2012



Verifica-se que o eixo horizontal (Fig.1) confirma o papel que esta tipologia de turismo desempenha no processo de decisão para visitar um destino turístico, pode estar, ou não, relacionado com a motivação.

Já em (McKercher e Cros (2002) apud Marujo, 2014 p.8) se considera que o desenvolvimento de uma tipologia de turistas culturais deve passar por duas dimensões:

a) Centralidade da experiência: “Nem todos os turistas culturais são semelhantes e, por isso, qualquer tipologia de turistas culturais deve reconhecer a centralidade ou a primazia do turismo cultural na decisão de visitar um destino turístico. Para alguns indivíduos a possibilidade de adquirirem uma experiência cultural ou patrimonial conduzirá à decisão da viagem. Alguns podem planejar ter uma experiência de turismo cultural como importante, mas não determinante na sua viagem. Outros, não planeiam visitas a atrações culturais ou patrimoniais, mas apesar disso visitam alguns sítios durante as suas viagens.” (Marujo, 2014)

b) Profundidade da experiência: “Diferentes tipos de turistas procuram benefícios das atrações que visitam. Por outro lado, os turistas possuem diferentes condições para se envolverem com as atrações culturais e patrimoniais baseadas num conjunto de fatores, os quais incluem o seu nível de educação, o conhecimento do lugar antes da visita, o seu interesse nesse sítio e o significado que este tem para ele e a disponibilidade de tempo.” (Marujo, 2014)

Assim, “a centralidade e a profundidade da experiência existem ao longo de um *continuum*, ou seja, não estão separadas. Portanto, a centralidade da cultura pode ser a razão principal pela qual um turista escolhe um destino, mas também pode desempenhar um papel secundário. Noutros casos, não desempenha nenhum papel na seleção do destino.” (Marujo, 2014).



1.7 - O enoturismo como forma de Turismo Cultural

As visitas ao Enoturismo Cartuxa são visitas históricas, e não técnicas, nas quais se pretende dar a conhecer a história e o impacto da Fundação Eugénio de Almeida e da Adega Cartuxa na região de Évora.

Estas, enquadram-se numa tipologia de turismo cultural para a qual era necessário encontrar bibliografia que comprovasse esta fundamentação, e desenvolver uma revisão bibliográfica de dois artigos de forma isolada.

Utilizando como objecto de estudo o artigo “Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local” (Inácio & Cavaco, 2010), constata-se que apresenta uma introdução ao tema, uma análise ao fenómeno do enoturismo a nível mundial e uma análise a estudos de caso em Portugal, fazendo uma análise metodológica para verificar os dados obtidos através do estudo desenvolvido no artigo, terminando com uma análise às potencialidades de desenvolvimento regional e à criação de valor bem como respectivas conclusões.

Na introdução do artigo, começam por fazer uma introdução ao tema, atribuindo-lhe uma definição de enoturismo como fenómeno autónomo definido como: “visitas a vinhas, adegas, festivais vitivinícolas e eventos do vinho e da uva nos quais se prova o vinho e/ou se experienciam os atributos de uma região vitivinícola e que constituem os principais factores de motivação para os visitantes” (Hall 1996 apud Inácio & Cavaco, 2010).

O Enoturismo é no fundo uma “combinação de cultura, estilos de vida e território” (Getz 1998 apud Inácio & Cavaco, 2010) podendo-se aceitar que o Enoturismo pode-se enquadrar numa forma de Turismo Cultural.

Para as autoras do artigo “o enoturismo é a promoção das visitas ao campo, a herança e arquitectura rural únicas, a combinação entre vinho e comida regional que envolve a experiência de um espaço cénico, da paisagem



agrícola onde o “mito” do retorno à cultura ancestral e ao passado são promovidos.” (Inácio & Cavaco, 2010).

Afirmam as autoras que estamos perante um sintoma da Economia da Experiência, em que se assiste ao aumento do número de viagens onde se procura submergir “numa experiência total, com maior enriquecimento, aprendizagem, divertimento, aventura e complexidade” (Ali-Knight e Carlsen, 2003; Hall e Mitchell, 2005 apud Inácio & Cavaco, 2010 p.2). Também o interesse pelo lazer ao ar livre e pelas propriedades benéficas para a saúde, que o consumo moderado de vinho parece oferecer, espelham a busca de hábitos saudáveis e de um estilo de vida menos acelerado.

A grande percentagem dos enoturismos em Portugal situam-se em zonas rurais, inserindo-se em pequenos aglomerados populacionais, ainda que pontualmente se possam encontrar enoturismos em espaços urbanos ou nas periferias, num misto entre espaço urbano e rural, uma vez que estrategicamente, espaços como as caves, adegas, feiras, festas e/ou eventos ligados ao vinho estão situados em espaços urbanos.

Nos espaços mencionados no parágrafo anterior, é possível encontrar-se diversas formas de Enoturismo como:

- Rotas do Vinho
- Aldeias Vinhateiras
- Visitas guiadas ao campo vitivinícola
- Quintas de Agro-Turismo
- Caves
- Adegas
- Centros de Interpretação/Visitantes
- Museus do Vinho e da Vinha



- Festivais e Eventos Enoturísticos
- Spas vitivinícolas
- Outros

Dentro das formas acima mencionadas, existem ainda diversas modalidades e práticas, que potenciam a experiência enoturística tais como:

- Provas (Explicação de vinhos e castas utilizadas).
- Visualização e participação do processo de produção e engarrafamento.
- Conhecer o proprietário
- Adquirir formação e informação sobre as técnicas de produção.
- História dos processos e dos espaços visitados
- Aquisição de vinhos
- Outros.

“O Enoturismo encerra igualmente múltiplos significados” (Inácio & Cavaco, 2010), já que para o turista “constitui uma oportunidade de experimentar e de aprender algo sobre o vinho e a sua cultura, seguindo a lógica de “edutainment” que caracteriza os “novos Turismos”” (Getz, 2000; Hall et al., 2002a, 2003b; Hall e Mitchel, 2005; Hjalager e Richards, 2002 apud Inácio & Cavaco, 2010).

No segundo tópico do artigo, “Enoturismo: as especificidades regionais de um fenómeno global”, pode encontrar-se uma comparação sobre Enoturismo na Europa e nas Américas, onde demonstram as diferenças existentes entre as duas realidades e refletem sobre os estudos relativos ao enoturismo, onde observam que o que definem como “Novo Mundo” teve uma maior produção de estudos e reflexões acerca do enoturismo relativamente aos países



européus, que são menos frequentes e mais centrados no perfil dos seus turistas.

As autoras chegam à conclusão de que as realidades vitivinícolas destes dois mundos, o novo e o antigo, são distintas e inversas uma à outra. Enquanto na Europa existe uma tradição e uma ligação cultural ao vinho, ao pão e ao azeite, que se associa à chamada dieta Mediterrânica, e que contribui para uma tendência mais conservadora deste sector, tendo mais dificuldades em afirmar-se. Em sentido inverso, os países associados ao “Novo Mundo” que começaram a produzir vinho mais recentemente, têm assistido um crescimento exponencial desta prática, e conseqüentemente do Enoturismo, como um sector gerador de receitas importantes para uma região.

Ainda relativamente às diferenças entre a Europa e o “Novo Mundo”, verifica-se que “a escala em que a actividade ocorre e o tipo de empresas envolvidas são também duas das grandes marcas de distinção entre o Enoturismo na Europa e o resto do Mundo.” (Inácio & Cavaco, 2010), sendo que na Europa, o vinho é encarado como uma forma de expressão cultural/social, que se assume como uma das actividades com maior dinâmica no mundo rural, e que é bastante financiada através de fundos comunitários, sendo que o Enoturismo não se desenvolve de igual forma em todos os territórios, sendo países como França, Itália, Espanha e Portugal, as regiões mediterrânicas com maior tradição vitivinícola. No entanto, como os vinhos destas regiões são bastante reconhecidos, os seus proprietários não dão a devida atenção ao Enoturismo, que por vezes é entendido como um intruso em grandes adegas de dimensão industrial.

No terceiro tópico “Enoturismo em Portugal: casos de estudo”, as autoras procuraram apresentar uma análise aos Enoturismos em Portugal considerados como casos de sucesso, estando estruturado em dois sub-tópicos intitulados “Métodos e técnicas de pesquisa” e “O potencial de desenvolvimento regional e a criação de valor”.



Inácio & Cavaco, (2010) apontam a década de 50 do século passado, como os primórdios das práticas ligadas ao enoturismo com visitas a caves e adegas ligadas ao Vinho do Porto, que estavam integradas nas visitas culturais feitas à cidade do Porto e arredores, tendo-se assistido a uma alteração destas práticas a partir da década de 90 do século passado, quando começa a haver uma institucionalização do sector, o que significa que passou a haver atribuição de fundos comunitários para o desenvolvimento destas práticas de enoturismo, em contraponto com anos anteriores em que a actividade não era considerada prioritária.

Relativamente à caracterização da oferta nacional de Enoturismo, há que destacar pela positiva a pluralidade de práticas e regiões vitivinícolas que constituem a oferta, apesar de não existir coordenação entre os agentes que a constituem.

Esta evolução da oferta turística ligada ao vinho, levou a que surgissem actividades como: Feiras; Festivais e Eventos ligados ao Vinho; Museus do Vinho e da Vinha; Centros de Interpretação; Agro-Turismo; Aldeias Vinhateiras e particularmente, o caso dos cruzeiros na região do Douro. É criado em 1994 o Programa de Cooperação Inter-regional Dyonísios, aceite por várias regiões vitivinícolas, estabelecendo o projecto Rotas do Vinho, sendo criadas onze rotas que correspondem às principais regiões vitivinícolas nacionais:

- Rota dos Vinhos Verdes.
- Rota do Vinho do Porto.
- Rota das Vinhas de Cister.
- Rota do Vinho do Dão.
- Rota do Vinho da Bairrada.
- Rota do Vinho da Beira Interior.
- Rota da Vinha e do Vinho do Oeste.



- Rota da Vinha e do Vinho do Ribatejo.
- Rota do Vinho da Região de Bucelas, Carcavelos e Colares.
- Rota dos Vinhos da Costa Azul.
- Rota dos Vinhos do Alentejo.

Para as autoras os registos de estudos sobre Enoturismo em Portugal são escassos e com algumas debilidades; como este sector é uma actividade em franca expansão e verificando-se que há pouca matéria teórica e reflexiva, urge fazer estudos, tanto no lado da oferta como da procura e adaptando-os às regiões em que se desenvolvem, dando especial enfoque ao Portugal turístico em detrimento de áreas mais rurais e agrícolas, de forma a perceber como um país receptor de turismo, como Portugal, pode acrescentar novas mais-valias ao sector vitivinícola.

Na análise dos dados recolhidos pelas autoras em entrevistas, conjugadas com o cruzamento entre as dinâmicas encontradas nas regiões analisadas, puderam concluir que: “O desenvolvimento local e regional é possível, quando a actividade enoturística se baseia em apostas de qualidade, inovação, dimensão considerável do negócio do vinho subjacente, levando a uma certa complexidade da oferta e à “pluriactividade”” (Covas, 2007 apud Inácio & Cavaco, 2010). Esta visão leva as autoras a constatar que para a grande maioria dos empresários ligados ao Enoturismo, a aposta na actividade passa pela visibilidade bem como pela imagem e fidelização dos clientes. Esta postura, é uma aposta de longo prazo em termos de retorno financeiro, uma vez que para estes empresários o Enoturismo é visto como um complemento à sua área de negócio, uma estratégia de marketing e comunicação com o objectivo de gerarem protagonismo e reconhecimento.



As autoras acreditam que:

“ao desenvolvermos um gosto estético de valorização de paisagens profundamente trabalhadas pelo Homem, como sejam os mortórios do Douro, a “vinha de enforcado” na região minhota ou as vinhas em extensão e planura do Alentejo, estamos a valorizar a actividade, a dotá-la de um valor patrimonial nacional, que é vendido aos visitantes para “consumo visual” mas também e sobretudo pela oportunidade de “experienciar” o diferente, o “rural reinventado”, que para a população urbana é hoje o “exótico””. (Inácio & Cavaco, 2010).

Assim, o Enoturismo assume-se como um importante veículo de valorização cultural, que permite reabilitar e melhorar a imagem das infraestruturas de quem participa em actividades ligadas ao vinho.

Torna-se urgente perceber o perfil do Enoturista e quais as suas necessidades, de forma a fazer um estudo relativo a esses nichos de mercado para que não se percam oportunidades de crescimento do sector.

Em conclusão, a agricultura continua a ser muito importante na criação de emprego, ocupação de espaço, produção de bens e preservação de valores culturais e não pelo seu valor real do PIB; no entanto o enoturismo assume-se como um factor importante da valorização do património cultural, e tem vindo a revelar-se capaz de atrair para o interior projectos de grande qualidade que potenciam alguma dinâmica de fixação de populações, criando postos de trabalho, e revelando-se um mercado rentável se devidamente explorado pelos agentes de forma a actuarem e captarem mercados vitivinícolas e consequentemente, novos mercados turísticos.

Como forma de acrescentar valor a este relatório, decidiu-se acrescentar mais bibliografia, pesquisando-se sobre o enoturismo e a sua relação com o turismo cultural. A maioria das abordagens ao tema consistem no debate e análise ao desenvolvimento regional provocado pelo enoturismo numa região, e ao impacto na afirmação de uma Rota dos Vinhos, por isso mesmo retirou-se



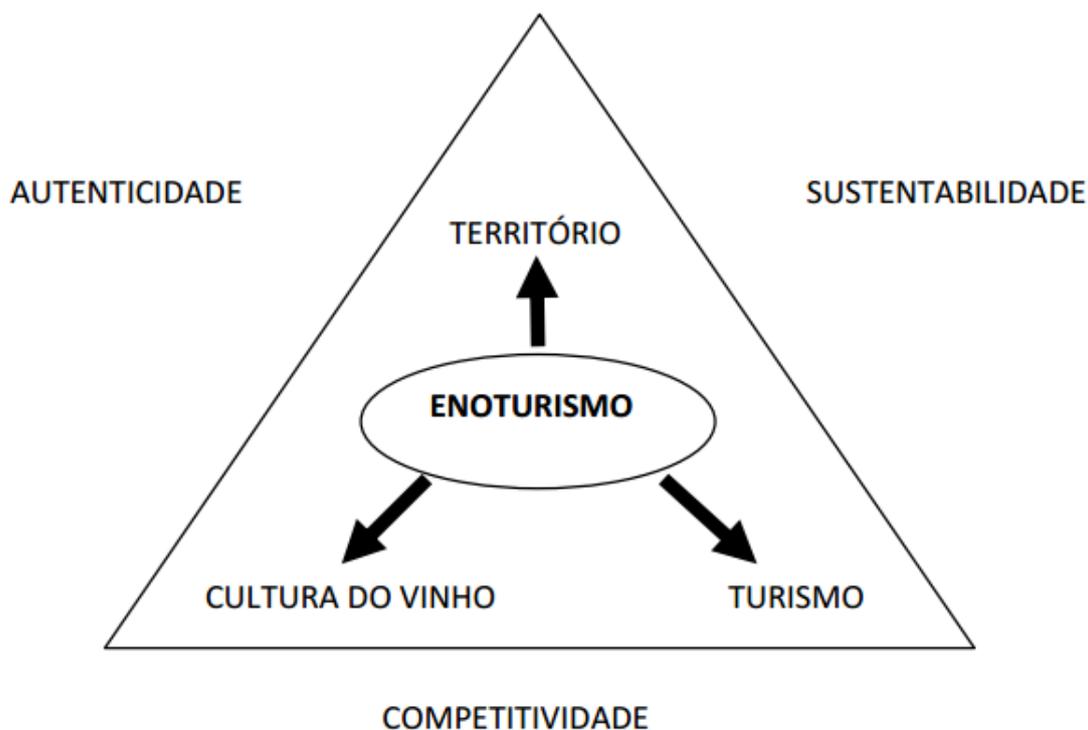
apenas a informação necessária e que complementava o relatório através do artigo que será objecto de análise.

O artigo: “O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos.” publicado por Cristina Barroco Novais e Joaquim Antunes, data de 2009 e foi apresentado no 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde.

No artigo encontramos um conceito de Enoturismo elaborado por (Donald Getz, 2000 apud Novais & Antunes, 2009 p.1255) que aborda três partes interligadas:

- a) “Turismo baseado na atracção de uma região vinícola e dos seus produtores;”
- b) “Forma de marketing e de desenvolvimento de um destino / região;”
- c) “Oportunidade de marketing e vendas directas por parte dos produtores de vinho”

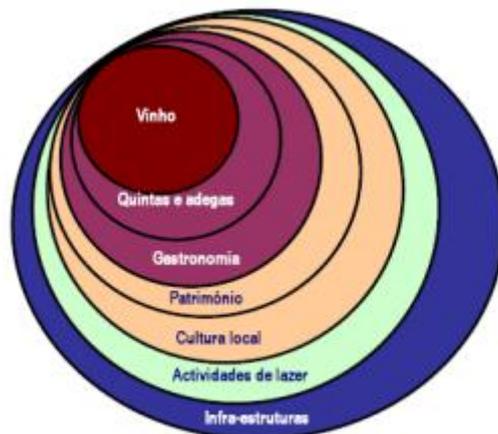
Na mesma publicação temos uma definição de enoturismo como “*all the tourist, leisure and spare time activities, dedicated to the discovery and to the cultural and enophile pleasure of the vine, wine and its soil.*” (Delloite, 2005 apud Novais & Antunes, 2009 p.4), esquematizada conforme a imagem seguinte que demonstra os pilares do enoturismo:

Figura 7 - Os pilares do Enoturismo

Fonte: Delloite, 2005 apud Novais & Antunes, 2009 p.4

Consideram os autores do artigo, que para existir Enoturismo, é necessário que exista, uma “Cultura do vinho”, sendo importante que os turistas absorvam essa mística em todas as fases da visita que realizam, sendo a qualidade das infraestruturas outro dos factores capitais para que o desenvolvimento do enoturismo se proceda com sucesso.

Na figura seguinte, temos uma apresentação daquilo que é uma visão integrada do Enoturismo (Dias, n.d, adapt de C. Melo Brito apud Novais & Antunes, 2009) através da qual se demonstra que existe a necessidade de envolver infraestruturas, actividades de lazer, cultura local, património, gastronomia, quintas e adegas, e essencialmente...o vinho.

Figura 8 - Visão integrada do Enoturismo

Fonte: (Dias, n.d, apud Novais & Antunes, 2009)

Simões, (2008) apud Novais & Antunes, (2009) entende que o enoturismo pode ser determinado tanto pelo lado da procura, como pelo lado da oferta.

O lado da procura, valoriza o contacto directo entre enoturismo e enoturista e que o último se integre nas actividades vitivinícolas, que experiencie os produtos que resultam das actividades levadas a cabo, e que valorize quer o património paisagístico, quer o arquitectónico que faz parte da cultura da vinha e de produção de vinho, tendo como objectivo levar o enoturista a adquirir conhecimentos ligados aos vinhos e às regiões visitadas. Considera-se como oferta, a prática de visitas a empresas vitivinícolas; Visitas a museus do vinho e, ou, outros ligados ao sector; Participação em eventos; e centros interpretativos vitivinícolas.

Do lado da oferta, verifica-se que o enoturismo está organizado e estruturado, maioritariamente, em torno das rotas do vinho, sendo estas, construídas com base em percursos sinalizados e publicitados, “envolvendo explorações agrícolas e outros estabelecimentos abertos ao público, através dos quais os territórios agrícolas e as suas produções podem ser divulgados e comercializados, estruturando-se sobre a forma de oferta turística.” (Novais & Antunes, 2009).



Ainda no artigo, (Getz, 2000 apud Novais & Antunes, 2009 p.1258) ficam entendidas as componentes do Enoturismo, e o que é procurado por consumidores e turistas, os deveres das organizações responsáveis por um destino e por último, aquilo que deve ser disponibilizado pelos fornecedores.

Figura 9 - Componentes do Enoturismo

Componentes do Enoturismo		
Consumidores/Turista	Organizações responsáveis pelo destino	Fornecedores
Provas de vinho	Preservação de recursos	Transportes
Refeições	Planeamento	Alojamentos
Visitas guiadas	Informação e Marketing	Catering
Compras	Rotas de vinho	Adegas/Quintas
Aprendizagem	Acolhimento de turistas	Visitas Guiadas
Lazer	Eventos especiais	Eventos

Fonte: Do autor adapt. Getz, (2000)

Verifica-se portanto, que os praticantes de enoturismo são motivados pela realização de actividades como, ter contacto com o produtor de vinho; pela descoberta, degustações e aprendizagens sobre vinhos; ir à adega comprar o vinho; explorar o lugar de produção; a riqueza gastronómica; visitas a adegas; conhecer paisagens e monumentos entre outros.

Dentro do enoturismo, de acordo com (Gomes et al. 2007 apud Novais & Antunes, 2009), existem diferentes perfis de enoturista, em que cada um procura experiências diferentes como se demonstra no quadro abaixo.

Figura 10 - Perfil do enoturista

Perfis do Enoturista		
Perfil	Estratégia de Venda	Objectivo
Wine Lover	Novidades / Produtos premiados	Alargar a enoteca do Wine Lover
Interessado	Explicação dos vinhos produzidos	Aprofundar o grau de conhecimento e satisfazer essa vontade de aprender
Ocasional	Incutir a vontade de provar vinhos, e dar-lhe a provar os que estão de acordo com a sua preferência	Potenciar a curiosidade de forma a torná-lo num Interessado

Fonte: Do autor adapt. Novais & Antunes, 2009 p.1259



2 - Considerações metodológicas

A temática deste relatório de estágio, assenta nas minhas preferências (o turismo cultural e o enoturismo) e gostos pessoais face ao turismo, quer a nível nacional, quer a nível local. Inicialmente ponderei fazer uma análise científica de forma individual destas temáticas, mas após reunião com a minha orientadora de estágio, foi-me sugerido a hipótese de fazer uma análise agrupada das duas temáticas baseando-me na minha experiência de estágio tendo como base aquilo que observei.

Assim a realização deste relatório tem como objectivos gerais e específicos, os seguintes:

Objectivos gerais:

- Aprofundar conhecimentos relativamente ao turismo cultural, aliando sempre à vertente do enoturismo como um produto turístico.
- Aliar esses conhecimentos à experiência pessoal de estágio.

Objectivos específicos:

- Perceber pontos em comum entre o enoturista e o turista cultural.
- Perceber motivações em comum entre os 2 perfis de turista.
- Auferir o rumo da evolução do enoturismo em Portugal.

Apesar da vertente do turismo cultural representar a maioria da oferta turística da cidade de Évora, há coisas menos boas que podem e devem ser melhoradas, para que se possa inovar de forma a ajudar no desenvolvimento da região de Évora, e com isso contribuir para uma maior afluência de turistas e de receita gerada localmente que criem novas dinâmicas de turismo em Évo-



ra. Por isso considero que todo o trabalho desenvolvido neste relatório, e no meu estágio no Enoturismo Cartuxa possam contribuir através da observação de comportamentos da parte dos turistas, para a melhoria da qualidade da oferta de turismo cultural em Évora.

Assim sendo, como metodologia de trabalho optaria primariamente por estabelecer uma relação entre as considerações epistemológicas e éticas de trabalho e uma vez que “a epistemologia é a relação entre o observador e os seus participantes/ sujeitos/ objetos” (Jenings, 2010 apud Ferreira, 2016 p.20), e a ética “é um conjunto de permissões e de interdições que têm um enorme valor na vida dos individuo e em que eles se inspiram para guiar a sua conduta” (Fortin, 2000 apud Ferreira, 2016) optaria por utilizar o Paradigma Interpretativo por ter de ir observar um comportamento social que é previsível e preditivo e é guiado por forças externas.

Como afirma (Vilelas, 2009 apud Ferreira, 2016) “A realização de qualquer investigação que envolva seres humanos, exige que o investigador analise as questões éticas e morais, que, em certas ocasiões, podem entrar em contradição com as exigências da investigação”. Para a realização da investigação utilizaria os diferentes conjuntos éticos de forma a “respeitar os direitos e liberdades das pessoas” como refere (Vilelas 2009 apud Ferreira, 2016 p. 21-23) tais como:

- O Direito à Autodeterminação
- O Direito à Intimidade
- O Direito ao anonimato e à confidencialidade
- O Direito contra o desconforto e o prejuízo
- O Direito a um tratamento justo e equitativo

Relativamente aos métodos e técnicas a utilizar, o método que iria utilizar para a realização desta investigação seria o método misto pois socorre com maior ou menor intensidade de métodos quantitativos e qualitativos e permite o uso de técnicas como a entrevista e o questionário.



Esta utilização mista é cada vez mais usada na investigação em Turismo uma vez que facilita a triangulação conceito constitui não só a forma de combinar vários métodos qualitativos entre si e/ou de conjugar métodos quantitativos e qualitativos, mas também colocou um ponto final na prevalência do método único.

Para a realização deste projeto de investigação utilizaria uma entrevista semiestruturada, muito utilizada quando se deseja delimitar o número de informações a recolher obtendo-se um maior enfoque no tema, pois combina perguntas abertas e fechadas devendo o entrevistador seguir um conjunto de questões previamente definidas, introduzidas num contexto de conversa informal.

Utilizaria também a técnica do questionário, utilizando um questionário semifechado para proteger a privacidade das pessoas e não as obrigar a responder a questões que não sejam do seu agrado.

Relativamente à minha experiência de estágio, desempenhei principalmente funções de observação participante, como montagem e levantamento de salas de provas, arrumação de stock, encaminhamento de turistas, esclarecimento de dúvidas, abertura e fecho do enoturismo e vendas, ou seja, havia um contacto indirecto com o turista, e fazia aquele trabalho “invisível” que contribua para a satisfação da experiência turística. Apesar de não ter um contacto tão profundo com os turistas como os meus colegas que desempenhavam vendas e realizavam as visitas guiadas, era preciso criar empatia, empatia essa que “para atingir a acuidade empática o investigador é obrigado a entrar no cenário social e transformar-se em mais um ator que atua nesse cenário”. (Jennings 2010 apud Ferreira, 2016 p.23) Aqui, relativamente às minhas funções de observação participante do comportamento do turista, importa mencionar que o investigador tem que possuir uma série de competências e habilidades para desempenhar este tipo de investigação. Essas competências e habili-



dades foram listadas por (Queiroz et alli, 2007: 279-280, apud Marietto, 2014 p.4) que as definiu como:

- Ser capaz de estabelecer uma relação de confiança com os sujeitos;
- Ter sensibilidade para pessoas;
- Ser um bom ouvinte;
- Ter familiaridade com as questões investigadas, com preparação teórica sobre o objeto de estudo ou situação que será observada;
- Ter flexibilidade para se adaptar a situações inesperadas;
- Não ter pressa de adquirir padrões ou atribuir significado aos fenómenos observados;
- Elaborar um plano sistemático e padronizado para observação e registro dos dados;
- Ter habilidade em aplicar instrumentos adequados para a coleta e apreensão dos dados;
- Verificar e controlar os dados observados;
- Relacionar os conceitos e teorias científicas aos dados coletados.

Ao longo do estágio tentei pôr em prática o método misto, e a técnica do questionário (anexo 3) de forma a obter dados relativamente ao perfil do turista que visita o Enoturismo Cartuxa, como forma de sustentar e valorizar o meu relatório, mas também ajudar a melhorar o serviço da entidade que me acolheu de forma a melhorar a satisfação dos clientes. Apesar das minhas intenções, esse questionário, acabou por não ser aplicado uma vez que apesar de elaborado e discutido com a coordenadora de estágio, nunca obtive autorização para avançar com a recolha de dados.



3 - Caracterização da entidade de estágio - Enoturismo Cartuxa

3.1 - Caracterização geral da Fundação Eugénio de Almeida

3.1.1 - O início da Fundação por Vasco Maria Eugénio de Almeida

A Fundação Eugénio de Almeida é uma instituição de direito privado e utilidade pública fundada por Vasco Maria Eugénio de Almeida (1913-1975).

A 4 de Setembro de 1962 Vasco Maria Eugénio de Almeida lavra no seu testamento a vontade de constituir a Fundação Eugénio de Almeida. Nesse mesmo documento, definiu os valores e missão da instituição, elaborando a lista dos bens a serem incluídos no seu património e a forma de funcionamento da mesma. Essas normas viriam a servir de base para a elaboração dos estatutos datados de 12 de Agosto de 1963 tendo sido publicados no Diário do Governo a 10 de Outubro do mesmo ano. Estava constituída a FEA.

Neste testamento, pretendia Vasco Maria Eugénio de Almeida, que a actuação e funcionamento da FEA, espelhassem o seu espírito empreendedor e solidário para com as pessoas da região de Évora.

Nesse documento destacam-se os fins e objectivos pelos quais a Fundação iria reger-se, sendo eles:

- a) *Os fins da instituição são assistenciais, educativos, culturais e espirituais, propondo-se contribuir para a promoção social, preparação técnica, elevação cultural e espiritual da região de Évora, exercendo adequada acção na defesa e realização dos princípios morais, tradicionais no nosso País.*
- b) *De harmonia com os objectivos gerais, a Fundação propõe-se para desde logo:*



- I) *Ceder o Mosteiro de Scala Coeli - A Cartuxa de Évora- aos monges cartuxos, para que nele sejam restauradas e mantidas as suas primitivas e naturais funções.*
- II) *Auxiliar a criação de um Instituto de Estudos Superiores, de acordo com as tradições Universitárias da Cidade de Évora.*
- III) *Subsidiar a conclusão do novo edifício do Oratório de São José, de Évora, e ulteriormente auxiliar a criação e manutenção de uma escola técnica de natureza agrícola e especialmente de mecânicos e tractoristas sob a orientação da Congregação Salesiana.*
- IV) *Prosseguir o restauro, iniciado pelo instituidor, das casas dos Pátio de São Miguel para ali instalar a sede da Fundação e o arquivo e biblioteca do mesmo instituidor.*

C) *Além dos fins gerais mencionados na alínea a) a Fundação tem mais os seguintes fins especiais:*

I - Satisfazer todos os subsídios certos e determinados que o instituidor vinha dando á data da instituição de maneira a regular a quaisquer pessoas.

II - Satisfazer rendas vitalícias e pensões de reforma ao pessoal e empregados da Casa Agrícola e Casa particular de Lisboa a estabelecer ao referido pessoal e empregados com mais de dez anos de serviço.

3.1.2 - O património

A grande maioria do património pertencente á Fundação Eugénio de Almeida, inicialmente adquirido pelo bisavô (o criador de toda a fortuna), seguidamente pelo avô e também pelo próprio Vasco Maria Eugénio de Almeida, teve origem na venda dos bens nacionais que foram colocados em hasta pública logo a seguir á extinção das ordens religiosas em 1834. Entre as propriedades destacavam-se sobretudo por serem propriedades rústicas e urbanas das colegiadas, mosteiros, irmandades, confrarias, misericórdias e instituições pias.



Sendo assim para o património da família Eugénio de Almeida entraram as quintas da Cartuxa e de Valbom, as herdades do Álamo de cima, Borraseiro, Cabaços, Carrapateira, Freixo, Ganhoteira e Murteira.

Graças a todas estas aquisições realizadas ao longo dos anos, a Fundação Eugénio de Almeida possui um vastíssimo património urbano e rústico, que vão de edifícios no centro histórico mas também aos arredores de Évora e também Lisboa, alguns deles classificados como Monumento Nacional ou como Imóvel de Interesse Público. Os 6500ha de terrenos fazem da Fundação uma das maiores proprietárias do distrito de Évora e talvez do Alentejo.

3.1.3 - O convento da Cartuxa de Santa Maria Scala Coeli

A ordem Cartusiana foi fundada em 1084 por São Bruno na região de Grenoble sendo que nas décadas seguintes adquiriu grande prestígio, principalmente porque respeitava a vida cenobita rigorosa. Em 1553 foi o embaixador português em Roma, D. Martinho de Portugal, encarregado por D. João III de tratar da reforma dos trinitários portugueses. Ao Rei D. João III sugeriu que seria benéfico atribuir 2 conventos á Ordem Cartusiana uma vez que *“além de ser a mais perfeita ordem de todas, traz consigo muitos proveitos:...fidalgos velhos, e frades de bem, nas outras partes se mudam para eles”*.

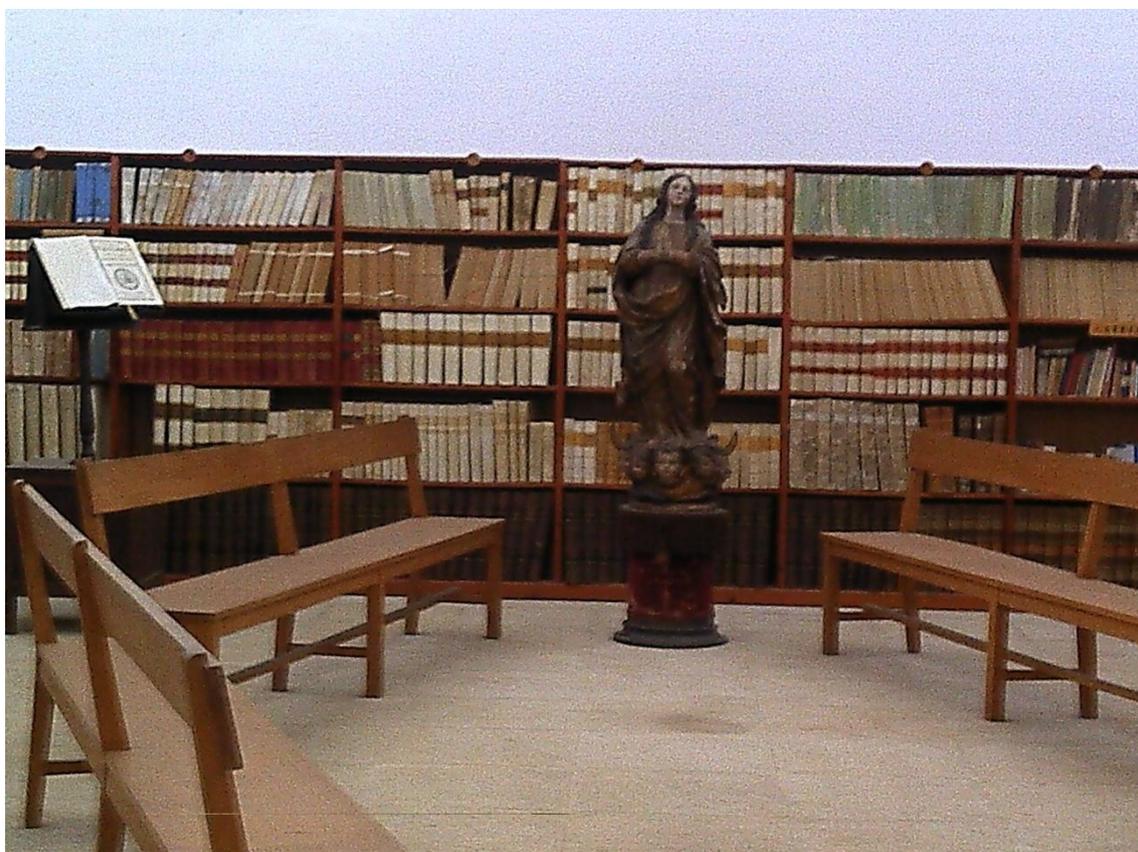
Apesar de este apelo relatado por D. Martinho ao Rei, seria necessário que passassem mais 48 anos até que a Ordem Cartusiana se instalasse em Portugal. Seria o Arcebispo de Évora, D. Teotónio de Bragança (1530-1602) o responsável por trazer a ordem para Évora em 1587 trazendo consigo o Prior da Cartuxa Espanhola de Scala Dei, D. Luis de Telm, que em conjunto com mais 6 irmãos tal como S. Bruno se viriam a fixar em Évora no dia 8 de Setembro de 1587.



Uma vez que o mosteiro ainda não estava construído na altura, os monges ficaram temporariamente instalados no Palácio Real de São Francisco.

A construção durou 11 anos tendo D. Teotónio gasto 150.000 cruzados, além desta avultada soma, o arcebispo de Évora dotou o mosteiro com uma notável livraria, que ainda hoje se encontra preservada no convento; numa das alas, existe um livro que relata a vida de todos os Santos da Igreja Católica.

Imagem 1 - Parte da biblioteca do Mosteiro de Santa Maria Scala Coeli



Fonte: Do autor

Durante as invasões napoleónicas o convento foi ocupado pelos invasores franceses. Quando partiram, deixaram o convento num estado lastimável tendo destruído muitos painéis, e queimado muitas obras de arte, ainda hoje é visível a falta das pinturas nesses painéis. Como forma de contribuir para a reconstrução, D. Pedro II contribuiu com 26.000 cruzados. Em 1834 através de



um decreto de Mouzinho da Silveira a comunidade Cartusiana foi extinta. Seria pela mão de Vasco Maria Eugénio de Almeida, que após fazer uma intervenção de restauro no convento em 1960, devolveu a beleza original e permitiu que os monges cartuxos regressassem á sua casa em Évora.

3.1.4 - A Quinta de Valbom

No ano de 1565 os padres Jesuítas que leccionavam na Universidade de Évora habitavam a Quinta do Louredo, ou de Resende, se nos basearmos no nome dado pelos antigos proprietários e acharam que seria proveitoso habitar mais próximo da cidade de Évora, uma vez que apesar de esta quinta ser nos arredores da cidade, era muito distante para os mesmos. Sendo assim em 1580 os padres jesuítas adquiriram a Quinta de Valbom, propriedade com 27ha situada a 2 quilómetros da cidade de Évora como casa de repouso dos padres da Companhia.

Logo após a aquisição foram iniciadas obras num edifício que já existia de forma a torna-lo funcional ás suas novas funções. Durante o reitorado dos Padres António de Abreu e João Álvares foram realizadas intervenções na quinta tendo sido construídas a capela e o refeitório, a casa de jogos e anexos assim como a cerca do muro de forma a satisfazer uma comunidade jesuíta que á data ultrapassava já as duas dezenas.

Dessas construções permanecem hoje o edifício original adquirido pelos padres jesuítas, a capela e o refeitório onde hoje funciona o centro de envelhecimento dos vinhos na Adega da Cartuxa onde estão os 28 tonéis de armazenamento dos melhores vinhos produzidos pela Fundação.



3.1.5 - O Pátio de São Miguel

O Paço dos Condes de Basto e a Ermida de São Miguel

O Pátio de São Miguel define-se como sendo a alma e coração da FEA, não só por ser a sede da Fundação por vontade expressa de Vasco Maria Eugénio de Almeida mas por toda a carga histórica que reside nele.

O Paço foi classificado no Decreto-Lei nº8218 de 29 de Junho de 1922 como Monumento Nacional. Anos mais tarde seriam a Ermida de São Miguel, a escadaria e o Varandim de um edifício do casario adjacente ao Paço a serem classificados como Imóveis de Interesse público pelos Decretos-Lei nº 8252 de 10 de Julho de 1922, e nº 29604 de 16 de Maio de 1939.

Neste Paço a história de Évora e de Portugal confundem-se desde os primórdios da nacionalidade, já quando a cidade foi conquistada aos mouros D. Afonso Henriques cedeu o Paço à Ordem Militar de S. Bento de Calatrava mais conhecida como Ordem de Avis a partir de 1223.

Neste local tiveram lugar diversos acontecimentos marcantes da história de Portugal e nele se alojaram diversas personalidades, que tiveram uma influência determinante na vida do País. Neste local habitou D. Nuno Alvares Pereira, fronteiro-mor do Alentejo, enquanto preparava os combatentes portugueses que em 1385 combateram na batalha dos atoleiros.

A Ermida presente no Pátio de S. Miguel, também ela classificada como monumento classificado, especula-se que tenha sido construída em 1167 por Gonçalo Viegas, grão-mestre da Ordem de S. Bento de Calatrava e filho de Egas Moniz.

No século XIX quer o Paço quer a Ermida foram incluídos nos bens de D. José de Meneses e Castro, pai do 1º Marquês de Valada, que o vendeu ao lavrador Vicente Rodrigues Ruivo, que habitou juntamente com a filha D. Oliva Fernandes. Foram os descendentes da última, que venderam o Paço e a Ermida a



Vasco Maria Eugénio de Almeida, que juntamente com o conselho técnico da Direcção-Geral de Monumentos Nacionais promoveram o restauro dos edifícios.

No Pátio encontramos o Arquivo e Biblioteca Eugénio de Almeida, iniciado com o espólio do dono de uma das maiores fortunas portuguesas do século XIX, José Joaquim Teixeira (1772-1853), que viria a ser herdada pelo genro, José Maria Eugénio de Almeida. A este arquivo documental, anexou-se a informação de toda a actividade dos descendentes de José Maria Eugénio de Almeida, abrangendo 5 gerações. Depois de analisada, entre 1997 e 1999, o Instituto de Arquivos Nacionais/Torre do Tombo, dada a riqueza da documentação que integra, considerou o acervo documental muito importante para a História Contemporânea de Portugal, permitindo o estudo económico, financeiro e social de todo o País.

3.1.6 - O Palácio da Inquisição

Após uma Bula Apostólica do Papa Paulo III datada de 23 de Maio de 1536, e anos de pressão da parte da Santa Sé, instalou-se em Portugal o Tribunal do Santo Ofício. O argumento do Papa baseava-se no receio das devastações trazidas na Europa pelas heresias protestantes, a que se juntava um temor do judaísmo e do islamismo. Das quatro Inquisições que se instalaram em Portugal, a de Évora foi a última a ser criada mas a primeira a entrar em funções pela importância da cidade no Reino. Em 285 anos de funcionamento, de 1536 a 1821, realizaram-se 140 autos de fé, que resultaram em pelo menos 22000 pessoas mortas.

Com o liberalismo, a Inquisição é extinta por decreto a 31 de Março de 1821. O edifício foi reestruturado para se apagar os horrores vividos lá dentro e preparado para novas funções tendo sido adquirido em 1845 pelos Duques de Palmela, tendo servido como pousada ao lavrador Diogo Maldonado Pessanha



no início do século XX, tendo funcionado após nova reestruturação como Hotel Planície entre 1928 e 1949.

No final da década de 50, foi novamente remodelado de maneira a acolher o Instituto Superior Económico e Social de Évora. Após a ocupação e interrupção lectiva do ISESE em 1974, a Fundação cedeu o edifício para instalação do ESESE até 1976, e no ano seguinte, foi criado o Instituto Universitário de Évora, actual Universidade de Évora, num acordo de cedência gratuita das instalações.

3.1.7 - As “Casas Pintadas” ou de Vasco da Gama

O edifício conhecido popularmente por “Casas Pintadas” ou de Vasco da Gama, é um edifício que pertence e está anexo ao Palácio da Inquisição e que está classificada como Imóvel de Interesse Público desde 2 de Maio de 1950 devido aos notáveis frescos conservados no seu interior.

Em 1962 Vasco Maria Eugénio de Almeida adquiriu o edifício das casas pintadas, tendo a parte restante do edifício sido adquirida posteriormente pela Fundação, criada pelo mesmo com o objectivo de ampliar as instalações do INESE.

As casas são assim denominadas por se crer que tenham sido morada do 1º Conde da Vidigueira, Vasco da Gama.



3.1.8 - A Gestão Patrimonial

A Fundação tem raiz e origem patrimonial na prestigiada Casa Agrícola Eugénio de Almeida, constituída em meados do século XIX, sendo nos dias de hoje uma das maiores proprietárias e empregadoras do Distrito de Évora com quase 7000Ha de terra adquirida, assumindo-se como um foco de progresso numa região cada vez mais desertificada como o Alentejo.

Desde os tempos de Carlos Maria Eugénio de Almeida, passando pela gestão de Vasco Maria Eugénio de Almeida, até aos dias de hoje sob o Conselho Administrativo da Fundação Eugénio de Almeida, todo o património agrícola foi sendo drasticamente moldado pelas técnicas que pioneiramente foram sendo implementadas.

Quando acabou o curso de agronomia em 1936, Vasco Maria Eugénio de Almeida recebeu de testamento da sua avó, Maria do Patrocínio Bister de Barros Lima, todas as propriedades da casa Eugénio de Almeida, que desde logo se encarregou de tornar a gestão eficaz e tecnicamente inovadora sendo que as 27 propriedades que dispunha, foram organizadas em 6 grupos.

O plano de racionalização da gestão das propriedades foi acompanhado por investimentos consideráveis na vitivinicultura que já desde os tempos de Carlos Maria Eugénio de Almeida (1846-1914), fazia parte da tradição da Casa Agrícola Eugénio de Almeida. Assim sendo, na década de 50, Vasco Maria Eugénio de Almeida mandou arrancar a denominada “Vinha Velha de Pinheiros”, ordenando a replantação de uma zona com 50Ha, com seleção de castas -algumas das quais já haviam dado prestígio a adega do seu avô- e introduziram-se outras castas francesas.

Na altura introduziram-se técnicas revolucionárias como a plantação da nova vinha em “talhões estremes”. Sendo assim, as castas foram distribuídas por talhões e não misturadas como se fazia até então. Esta técnica tem como



vantagem permitir e facilitar o tratamento e a apanha diferenciada de cada uma das castas em função das suas necessidades e maturação de cada uva.

A Adega da Cartuxa foi igualmente ampliada e equipada com modernas tecnologias, como as famosas “ânforas argelinas”, ainda hoje visitáveis durante as visitas guiadas á adega, com auto-vinificadores e que só anos mais tarde chegariam ás restantes adegas cooperativas do Alentejo.

Estes investimentos realizados, permitiram que nos anos de 1968, 1973 e 1975 os vinhos da Cartuxa fossem premiados.

Na Quinta de Valbom, Vasco Maria Eugénio de Almeida construiu um lagar de azeite para dar escoamento á produção das suas herdades, principalmente à do olival da Herdade do Álamo da Horta, em São Manços mandado plantar na década de 50.

No triénio de 50-52, Vasco Maria Eugénio de Almeida ganhou o prémio de segundo produtor de trigo dos concelhos de Évora e Viana do Alentejo, confirmando a Casa Eugénio de Almeida como uma das maiores produtoras cerea-líferas da região.

No entanto a Fundação viria a sofrer períodos conturbados na sua história, vítima da conjuntura nacional. Entre Janeiro de 1975 e Janeiro de 1976 foram ocupados só no Distrito de Évora, 431.183ha, num total de 1.088.894ha de propriedades alentejanas. Ora, a Fundação como uma das maiores proprietárias da região, todas as propriedades que estavam abrangidas na Zona de Intervenção da Reforma Agrária foram expropriadas, e uma vez que um desastre nunca vem só, a Fundação viria a perder o seu fundador, Vasco Maria Eugénio de Almeida que viria a morrer no “Verão Quente” a 11 de Agosto de 1975. A expropriação de terras e os problemas financeiros que daí vieram, chegaram quase a comprometer o pagamento de vencimentos e das pensões que sempre foram asseguradas aos trabalhadores e familiares.



Durante os anos seguintes em que as propriedades estiveram ocupadas, de 1975 a 1981, as propriedades e maquinaria degradaram-se, o gado desapareceu e a vinha, o ex-libris da Fundação, ficou praticamente abandonada.

Só após o fim da hegemonia comunista, após o 25 de Novembro, que esta situação difícil se começou a inverter. Tendo após várias negociações com a Secretaria de Estado da Estruturação Agrária, a Fundação ter começado a ver as primeiras terras devolvidas aos seus proprietários, iniciando em 1981 uma nova fase da sua vida, sendo que aos poucos, a posse das herdades foi sendo restituída.

A decisão de inverter a pirâmide estrutural da Fundação, permitiu que a mesma se focasse novamente no seu património agrícola, tendo-se vindo a revelar um sucesso, e apesar dos avultados investimentos no sector da pecuária, da produção cerealífera, e na replantação ambiental, o vinho continua a representar 70% do rendimento anual médio da Fundação, constituindo-se como um sector que vive por si próprio, sem subsídios como os cereais e o gado.

O escritor e polígrafo António Francisco Barata (1836-1910) refere que em 1776 existia na Quinta de Valbom um “importante lagar de vinho, que absorvia a produção vinícola da região limítrofe, boa produtora do liquido”. Estava criada a Adega da Cartuxa, apesar de funcionar na Quinta de Valbom e não na muito próxima Quinta da Cartuxa. Este nome foi atribuído devido à proximidade da Quinta de Valbom com o Convento da Cartuxa, e que dessa forma pretendia homenagear e consagrar a tradição do convento.

No século XII existiam diversas adegas e vinhedos nos arredores da cidade, e existem relatos datados de 1520, de que o Convento do Espinheiro produzia vinho. O Palácio dos Condes de Vimioso, pertencente á universidade, possuía também uma adega nos finais do século XVI e começos do século XVII, na qual, no século XIX, a Casa Soares vinificava o famoso Pêra-Manca.



Findada a crise do ódio entre 1852 e 1858 os agricultores do Alentejo e da região de Évora voltaram a interessar-se pela produção da vinha, em decadência desde o século XVII. Quando as plantações de vinha estavam a recuperar, dá-se 9 anos depois a crise da filoxera que resultou na perda de 1/3 da produção vinícola nacional, tendo voltado a emergir em 1881 tanto que em 1888 os vinhos do Alentejo estiveram presentes na Exposição de Berlim onde foram muito apreciados.

Após a morte de José Maria Eugénio de Almeida em 1872, o seu segundo filho Carlos Maria Eugénio de Almeida (1846-1914), engenheiro agrónomo, ficou encarregado de gerir o vasto património construído pelo pai, e é graças a ele que se deve o sucesso da Casa Agrícola Eugénio de Almeida e a ele se deve a plantação das vinhas que estão na origem mais remota dos vinhos da Fundação. Por isso em 1886 plantaram-se na Quinta da Cartuxa 48.967 cepas americanas (15.9ha) e 52.883 cepas de castas portuguesas (16.2 há). A esta vinha acrescentou-se posteriormente em 1907 mais 7,8ha de barbados americanos.

Nesse mesmo ano na Herdade de Pinheiros, Carlos Maria Eugénio de Almeida iniciou a plantação de uma vasta vinha com 75ha divididos em talhões onde foram plantados até 1889, 234.922 bacelos de uva Trincadeira, Moreto, Piriquita, Grand Noir e Carignan, sendo que alguns deles já eram enxertados em porta-enxertos americano, como forma de proteção contra a filoxera. Em 1904 a vinha foi alargada com mais 31.695 cepas perfazendo um total de 84ha acrescentados.

Ora, com mais de 100ha de vinha, era necessário ter uma adega aumentada e melhorada. Por isso, a Adega da Cartuxa foi equipada com dois esmagadores grandes, prensas de espremer borras e balsa, duas caldeiras para se fabricar aguardente, bombas de trasfega, e trinta e um depósitos e tonéis com capacidade para 200.000L. A “casa da destilação” também foi equi-



pada com os melhores equipamentos da época, tendo sido adquiridos 2 aparelhos de destilação completos.

A Fundação Eugénio de Almeida na sua incessante vontade de melhorar a qualidade do seu vinho, arrendou de 1965 até 1975 a Adega da Cartuxa e as suas vinhas ao Engenheiro Prates Canelas, e durante esses dez anos procurou-se melhorar a qualidade do vinho, tarefa da qual ficou encarregue o Engenheiro Paulo Lourenço, responsável pelo ressurgimento qualitativo dos vinhos alentejanos na década de 60 e 70.

Seria nos anos 80 que Henrique Granadeiro enquanto Administrador Delegado, formou a equipa responsável pelo design e lançamento dos vinhos da Fundação. Esta equipa era formada inicialmente por professores e investigadores da antiga Escola de Regentes Agrícolas de Évora e posteriormente da Universidade de Évora, fazendo dela parte o Engenheiro Francisco Colaço do Rosário, enólogo de grande reputação e experiência em vinhos alentejanos, o Professor João Araújo, professor de viticultura da Universidade de Évora e os então estagiários Antónia de Oliveira e João Torres.

Os solos de vinha da Fundação apresentam solos mediterrânicos pardos e vermelhos de materiais não calcários, solos litólicos, não húmicos e litossolos. Nas castas para esta sub-região, verifica-se nos tintos entre outras: a Aragonez; Trincadeira-Preta; e Periquita, no conjunto com um mínimo de 75%. Nos brancos: Antão-Vaz; Arinto; Syrah; ou Roupeiro igualmente num mínimo de 75% do encepamento.

Quando a Fundação optou por investir no sector vitivinícola, primariamente planou novas vinhas e reaproveitaram a antiga vinha mandada plantar por Vasco Maria Eugénio de Almeida na década de 50, conhecida por *Vinha Velha de Pinheiros*. Sendo assim, em 1982 a Fundação plantou 33ha na Herdade do Álamo da Horta, freguesia de São Manços, e em 1985 plantaram-se mais 157ha na Herdade de Pinheiros, que ficou conhecida por *Vinha Nova de Pinheiros*. Em 1998/99, a *Vinha Velha* estava esgotada, e decidiu plantar-se



mais 65ha de vinha denominada de *Vinha do Casito*, onde se adoptou um sistema pioneiro em Portugal, o sistema de rega gota-a-gota enterrada.

Os constantes investimentos levados a cabo pela Fundação traduziram-se num significativo aumento do seu potencial vínico, de 100.000 litros em 1986 para quase um milhão e meio de litros actualmente. A capacidade total de armazenamento é de cerca de 3.000.000 de litros, dos quais 200.000 em madeira, dispondo ainda de uma cave de envelhecimento de vinhos onde repousam mais de 350.000 garrafas, e de uma câmara frigorífica com capacidade para 120.000 litros de forma a preservar os vinhos brancos. A primeira produção de vinho Cartuxa, nesta fase de relançamento da Fundação Eugénio de Almeida, deu-se em 1986 sendo que foram colocadas no mercado cerca de 90.000 garrafas produzidas em 1989, e em 1997 já eram vendidas 120.000 garrafas.

Não poderia deixar de mencionar neste relatório, o vinho de excepção da Fundação Eugénio de Almeida, o Pêra-Manca. O nome Pêra-manca deriva do toponímico “pedra manca”, ou pedra oscilante, uma formação granítica de blocos arredondados, em desequilíbrio sobre rocha firme, que foi destruída há poucos anos quando uma pedreira se instalou naquele local.

A tradição do vinho de Pêra-manca remonta à Idade Média. Nos séculos XV e XVI os vinhedos de pêra-manca foram propriedade dos frades do convento do Espinheiro. Contudo, por ser muito dispendioso o seu trato, arrendaram-nos em 1517 a Álvaro Azedo, escudeiro do Rei.

A fama que o vinho adquiriu na corte, permitiu que acompanhasse muitas naus da Índia nos tempos dos descobrimentos- Nessa altura era vendido a granel, e foi recuperado no século XIX pela próspera Casa Soares, propriedade do conselheiro José António de Oliveira Soares que o transformou num vinho sofisticado, e era engarrafado na adega do palácio do Vimioso no Largo D. Miguel de Portugal.



Com a crise da filoxera, a Casa Soares deixou de produzir o Pêra-Manca. Anos depois, todas as terras que produziam o Pêra-Manca foram florestadas, tendo sido substituídos por oliveiras e sobreiros. Foi o herdeiro da extinta Casa Soares, José António de Oliveira Soares, quem no ano de 1987 oferece o nome à Fundação Eugénio de Almeida que passou a utilizar o rótulo original da marca, desenhado por Roque Gameiro.

Foi assim que a Fundação passou a produzir um vinho que aliasse a excelência, associada à sua denominação em 1990, e desde então só se produziram mais 14 colheitas de Pêra-Manca, sendo a última de 2013. O motivo de ser um vinho que não se produz todos os anos, está relacionado com o facto de o Pêra-Manca só ser produzido em anos de extrema qualidade das castas.

Para se produzir o Pêra-Manca é retirado de fermentações que satisfazem plenamente as condições de espessura do vinho. Estas fermentações são conduzidas para que o vinho fique carregado, muito estruturado, com muito corpo, sofrendo depois uma evolução completamente diferente, uma vez que não é estabilizado. A estabilização é feita ao longo do tempo em tonéis.

O vinho tinto é produzido com as castas Aragonez e Trincadeira apenas em anos de excelência, enquanto que o branco é produzido com as castas Antão Vaz e Arinto.



4 - Descrição das actividades realizadas durante o período de estágio



O estágio curricular decorreu de 12 de Março a 12 de Junho de 2018 no Enoturismo Cartuxa, situado na Quinta de Valbom em Évora. A integração dentro da instituição decorreu da parte da Dra. Eunice Amaro. Quando o processo protocolar estava numa fase bastante avançada entre a Fundação Eugénio de Almeida e a Universidade de Évora, a Dra. Eunice Amaro entrou em contacto comigo via e-mail a 26 de Fevereiro com o intuito de marcarmos uma reunião preparatória de início de estágio. Nessa reunião que decorreu no dia seguinte, serviu para conhecer o espaço, horários de funcionamento do Enoturismo Cartuxa, e delinear por alto quais seriam as minhas funções e em como me poderia enquadrar na equipa de forma a proporcionar a maior ajuda possível aos meus colegas, sempre numa óptica de evolução progressiva desde o início até ao fim do estágio.

No primeiro dia entrei às 10h da manhã, e fui recebido pela colega Natacha Oliveira, que me colocou logo ao corrente do funcionamento básico do Enoturismo Cartuxa pondo-me ao corrente do número de visitantes naquele dia, dos horários de provas e tipos de prova e de alguns procedimentos mais básicos. O objectivo de observar as visitas guiadas dos meus colegas, era para aprender a história da Fundação Eugénio de Almeida, mas também sobre a história da Quinta de Valbom que funcionou como centro de produção de vinho. Era esta mistura de história da fundação, com a história do Enoturismo Cartuxa que eu precisava aprender de maneira a absorver conhecimento da entidade de estágio, e absorver os conhecimentos e maneiras de dar a visita guiada de todos os meus colegas.



No enoturismo existem 4 tipologias de prova sendo elas:

- EA – inclui visita à Adegas e prova de 1 vinho selecionado pela Fundação Eugénio de Almeida. Preço: € 5.00 p/pessoa;

Imagem 2 - Prova EA



Fonte: Do autor



- Cartuxa – Inclui visita à Adega e uma prova de 3 vinhos selecionados pela Fundação Eugénio de Almeida. Preço: € 10.00 p/pessoa;

Imagem 3 - Prova Cartuxa

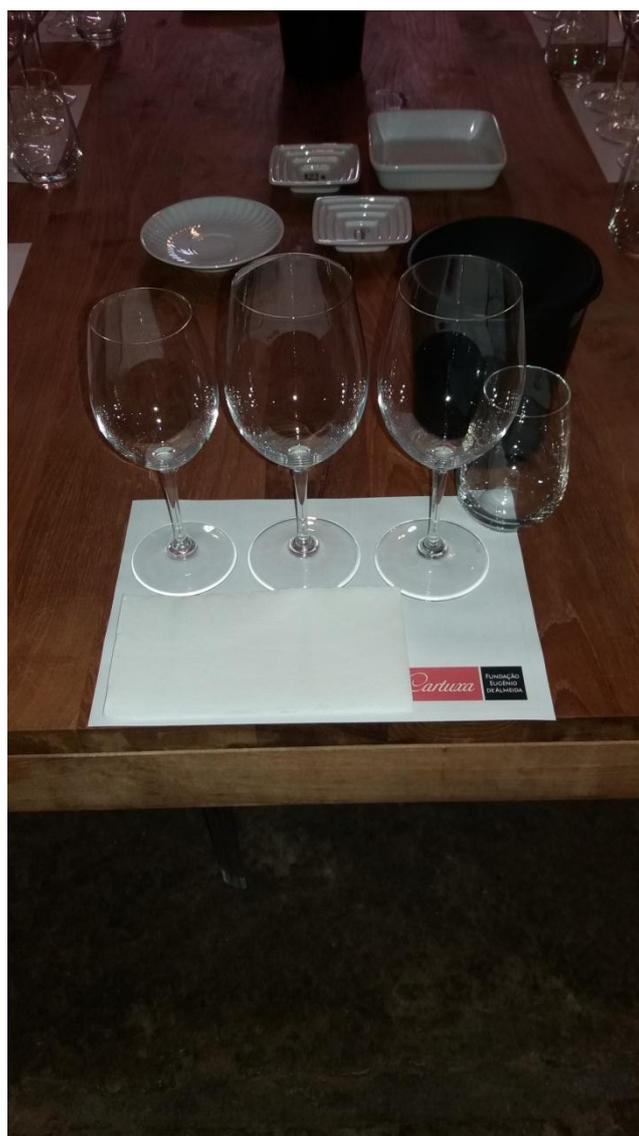


Fonte: Do autor



- São Bruno – inclui visita à Adega e uma prova Premium de 3 vinhos, de toda a gama da Fundação Eugénio de Almeida (exceto Pêra-Manca Tinto). Preço: € 20.00 p/pessoa (*);

Imagem 4 - Prova São Bruno



Fonte: Do autor



- Sto. Inácio de Loyola – inclui visita à Adega e uma prova Premium de 5 vinhos, de toda a gama da Fundação Eugénio de Almeida (exceto Pêra-Manca Tinto), sendo que pode ser feita com 2 vinhos brancos e 3 tintos, ou 2 vinhos brancos, 2 vinhos tintos e 1 vinho licoroso. Preço: € 30.00 p/pessoa (*)

Imagem 5 - Prova Santo Inácio de Loyola com 3 tintos.



Fonte: Do autor



Imagem 6 - Prova Santo Inácio de Loyola com vinho licoroso



Fonte: Do autor

Após a primeira semana, onde aprendi acerca daquele que é o core business do Enoturismo Cartuxa, as visitas guiadas e provas de vinhos, na semana seguinte comecei a aprender a servir de suporte a outros serviços do Enoturismo Cartuxa. As funções que aprendi na segunda semana, seriam aquelas que iria desempenhar até ao final do estágio, sempre focado em melhorar a qualidade com que desempenhava essas funções.



Assim, aprendi a cortar palhetas, função que é fundamental para potenciar a experiência do turista na sala dos aromas, onde existem essências artificiais que simulam os odores presentes em cada casta com que a Fundação Eugénio de Almeida trabalha como forma de o turista conhecer de forma mais aprofundada as características de cada vinho.

As castas presentes na sala dos aromas, são as castas que apresento de seguida:

Imagem 7 - Casta Aragonês



Fonte: Do autor



Imagem 8 - Casta Trincadeira:



Fonte: Do autor



Imagem 9 - Casta Roupeiro



Fonte: Do autor



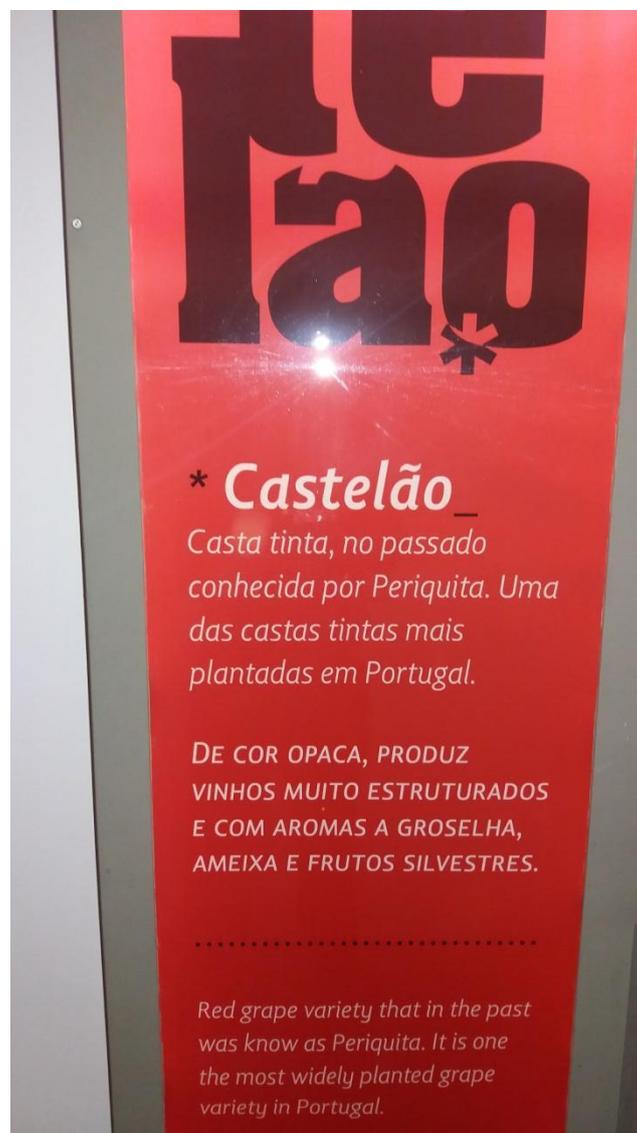
Imagem 10 - Casta Antão Vaz:



Fonte: Do autor



Imagem 11 - Casta Castelão:



Fonte: Do autor



Além de cortar palhetas para colocar na sala dos aromas, comecei também a envolver-me na preparação das salas de prova, sendo que essa função seria aquela que na minha opinião, mais me destaquei e a qual mais vezes desempenhei até final do estágio, sendo que a partir de uma certa altura, todas as provas eram montadas por mim, e deixadas à minha responsabilidade para montar e gerir os momentos de montar provas, e ocupar-me com outras funções.

Até ao final do estágio estas 3 funções seriam as principais e que desempenharia com maior frequência (Acompanhamento de visitas; montagem de provas; recortar e repor palhetas), no entanto, além destas funções, aprendi ainda muitas outras como por exemplo:

- Arrumar o armazém.
- Verificar lotes de entrada das encomendas.
- Funcionamento do software.
- Vendas.
- Sessões de leitura acerca da Fundação e dos vinhos do Alentejo.
- Produção de novas essências de aromas.

Relativamente às seis funções mencionadas anteriormente, e que desempenhava com menor frequência que as três principais, decidi pegar em três delas, as que me parecem captar junto do leitor maior curiosidade em compreender os procedimentos, e descrever de forma breve os procedimentos de forma a garantir sucesso no funcionamento do Enoturismo Cartuxa.

Lotes: Todas as garrafas de vinho vendidas pela Fundação Eugénio de Almeida, possuem um mecanismo de rastreabilidade, e são organizadas por lotes. Exemplo: 17Mar18L1. Ao recebermos encomendas provenientes de Monte de Pinheiros, temos sempre que verificar se o lote recebido, vem de acordo com a guia de encomenda, e se pertence ao mesmo lote existente em armazém. Pertencendo ao mesmo lote, basta arrumar na zona designada no armazém, no entanto, em caso de a encomenda ser de lotes diferentes, coloca-



se o lote mais recente atrás, de forma a escoar o lote mais antigo primeiro, regra *First In, First Out*”.

Vendas: As vendas ao público, são feitas a qualquer pessoa que se desloque ao Enoturismo Cartuxa, seja para visitas guiadas, ou simplesmente com o propósito de comprar um vinho. As vendas são feitas em software de vendas (SAP) integrado num tablet, onde estão todos os produtos para venda no Enoturismo Cartuxa. O procedimento de vendas recomendado pela Dra. Eunice Amaro, é que ao balcão se faça o seguinte:

- Cliente indica quais os produtos que deseja levar.
- Funcionário regista no software o pedido do cliente.
- Faturação.
- Funcionário desloca-se ao armazém preparar a compra
- Entrega do pedido feito pelo cliente.

Neste procedimento, após a faturação, a preparação da compra do cliente deve ser feita no armazém, com o talão gerado aquando da faturação no software. Desta forma evita-se que haja trocas de produtos, enganos de lotes, número de garrafas entre outros erros que possam acontecer em grandes momentos de azáfama e transações de produtos e dinheiro.

Num relatório de estágio, é pedido espírito crítico, e que se faça uma avaliação do funcionamento da entidade de estágio, e neste tópico não posso deixar passar em branco um procedimento errado de vendas que observei, apesar de conseguir compreender as duas metodologias de vendas. Apesar de existir a recomendação de procedimentos descrita no parágrafo anterior, a verdade é que muito raramente isso acontecia. Na maior parte das vezes, à medida que os clientes iam pedindo os produtos que desejavam levar, os meus colegas iam buscando ao armazém e acrescentando ao software. Apesar de reconhecer que é um procedimento errado, e que vai contra uma ordem superior, compreendo que nem sempre é fácil de pôr em prática, uma vez que não



há dois turistas iguais e há que saber gerir personalidades, feitios e humores ficando por vezes os procedimentos de parte.

Produção de aromas: Como pode ser visto neste relatório das páginas 67 á 71, cada casta tem características diferentes, apresentando aromas e odores diferentes de casta para casta. Portanto, para termos odores semelhantes aos existentes em cada casta, precisamos de um *blend* de odores dentro de um copo. Esses odores são artificialmente manipulados pelos funcionários, através de essências facilmente encontradas em qualquer supermercado de forma a proporcionar aos turistas, um odor o mais semelhante possível da casta que estão a cheirar e que respeite as suas características.

Apesar de ter mantido essas funções até final do estágio, a partir da 4ª semana comecei realmente a sentir-me como parte integrante da estrutura e da equipa, a partir do momento em que comecei a entrar e a sair à mesma hora que os meus colegas. Até então estava numa fase de aprendizagem e de criar rotinas e adquirir conhecimento dos procedimentos diários. A partir dessa semana a coordenadora de estágio, a Dra. Eunice Amaro, entendeu que eu estava pronto a fazer os mesmos horários dos meus colegas.

Outra das funções que tive durante todo o período de estágio, foi a de prova de vinhos em casa. Estava devidamente autorizado a levar para casa as garrafas de vinho que sobravam das provas, para realizar as minhas próprias provas pessoais em casa de acordo com um documento guia (ver anexo 5) que me foi providenciado pela minha coordenadora de estágio, entregando-lhe no dia seguinte as notas da prova que tinha realizado, para debatermos um pouco as minhas percepções relativamente a cada vinho provado, corrigindo aquilo que estava mal, e valorizando e explorando mais a fundo, e absorvendo também a experiência e o saber de forma a retirar ao máximo os conhecimentos do estágio curricular.

Existiu também durante a antepenúltima semana de estágio, um acompanhamento muito mais próximo da minha parte, das funções desempenhadas



pela Dra. Eunice Amaro. O objectivo deste acompanhamento mais próximo, era de eu ter percepção da pressão e da multiplicidade de funções necessárias para manter em funcionamento uma estrutura complexa como o Enoturismo Cartuxa. As funções que desempenhámos foi o de verificação do caixa de 4 dias, para verificarmos se houve erros na contagem do dinheiro. Após isso, tivemos uma breve conversa sobre que procedimentos poderiam ser corrigidos, o que podia ser feito de forma diferente, e que mudanças ocorreram nos últimos anos e que coisas poderão mudar nos próximos tempos.

O estágio curricular terminou com uma visita guiada da parte da manhã ao Paço de S. Miguel para adquirir mais conhecimentos sobre a Fundação Eugénio de Almeida, e da parte da tarde estive novamente em visita guiada mas em Monte de Pinheiros onde aprendi sobre todo o processo de produção dos vinhos da Fundação.



5 - Reflexão crítica das actividades desempenhadas/ Avaliação global do estágio

Durante o estágio curricular desenvolvido ao longo de 4 meses no Enoturismo Cartuxa, pertencente à Fundação Eugénio de Almeida, consegui cumprir o projecto de estágio delineado por mim (ver anexo 1) e que serviu para fazer a ponte entre a Universidade de Évora e a Fundação Eugénio de Almeida e começar-se a planear e a elaborar o protocolo de estágio. Apesar de alguns aspectos não terem sido postos em prática, termino este estágio curricular com a noção que as expectativas de ambas foram excedidas (ver anexo 2) e que terminei praticamente ao mesmo nível de conhecimentos que qualquer outro funcionário do Enoturismo Cartuxa.

Inicialmente quando decidi enveredar pela área do enoturismo, encarei-a como uma desafio que me propus enfrentar. Queria sair da zona de conforto, e entrar numa zona de confronto e conhecer e experienciar outras formas de fazer e pensar turismo, aliado a uma área que sempre me despertou interesse.

Por isso, entrei no estágio curricular com um conhecimento muito reduzido sobre enoturismo e vinhos, e as actividades que desempenhei ao longo do espaço temporal do estágio curricular, foram todas pensadas e estruturadas de forma a manter uma evolução de forma gradual e continua, que me permitisse ganhar conhecimentos sobre enoturismo, mas ao mesmo tempo desempenhar funções vitais dentro do enoturismo, ao nível dos funcionários.

Assim, a primeira função que desempenhei foi o acompanhamento de visitas guiadas e observação de provas de vinhos. Essa função simples veio a revelar-se fundamental no meu estágio, e hoje considero que foi a chave do sucesso do estágio pois teve repercussão em todas as outras funções que desempenhei pois foram sempre pensadas em função das visitas guiadas realizadas no Enoturismo Cartuxa. Compreender as visitas guiadas, é compreender a coordenação necessária para tudo o que gira à volta do Enoturismo Car-



tuxa corra bem, como assegurar que existem palhetas em cada recipiente na Sala dos Aromas para que os turistas consigam associar aquilo que ouvem na visita guiada, a uma experiência física e pessoal que cada um interpreta à sua maneira. A montagem de provas conforme mencionado e descrito no tópico anterior, permitiam-me combinar o back-office (aquilo que não é visto) com o front-office (aquilo que é visto), e fazer a transição entre estes dois mundos sem que o turista se apercebesse do que estava a acontecer, e foi fundamental para adquirir conhecimentos sobre gestão de tempo, definição de prioridades, posicionamento de lugares na mesa de prova, funcionando como uma estrutura de suporte para que os meus colegas só tivessem que se focar e preocupar com a prova que estavam a fazer.

As outras funções que considerei secundárias no tópico anterior, interpreto-as como tendo sido fundamentais no meu crescimento dentro da estrutura do Enoturismo Cartuxa. Fossem quais fossem as funções, fossem elas do mais básico ao mais complexo, e portanto, com maior responsabilidade, desempenhei-as sempre numa ótica de crescer, mostrar pro-actividade e criar bom espírito de equipa.

Uma das contribuições para uma melhoria da experiência turística, que apresentei junto da coordenadora de estágio, a Dra. Eunice Amaro, passou pela necessidade de melhorarem a diversidade e a oferta das provas. As provas que se fazem no Enoturismo Cartuxa, são feitas da mesma maneira desde há 8 anos, tendo havido diversos clientes que afirmaram: “Eu já fiz a visita guiada noutros anos, e esperava que já tivessem melhorado algumas coisas”. A sugestão que dei, passava por existir um aproveitamento de espaços que estão fechados ao público para tornar a visita um pouco mais extensa, misturando a parte prática da arte de produzir vinho, com a parte histórica da visita guiada. A resposta que obtive sobre essa sugestão, não foi nem positiva nem negativa, tendo-me sido dito que essa alteração obrigaria a uma maior coordenação relativamente às visitas guiadas, e obrigaria a um investimento de modo a tornar essas zonas requalificadas.



Esta reflexão crítica, estaria incompleta sem fazer uma menção ao incedível trabalho da Dra. Eunice Amaro, que apesar de estar sempre com imenso trabalho de coordenação, consegue manter um olhar atento sobre o funcionamento do Enoturismo e ter tempo para manter reuniões comigo de forma a integrar-me da melhor maneira, e perceber as sensações que ia sentindo ao longo do estágio curricular.



Conclusão

O estágio curricular realizado no Enoturismo Cartuxa permitiu conciliar a teoria apreendida durante os três semestres anteriores do Mestrado, com a vertente prática levada a cabo durante estes quatro meses de estágio. Foi um estágio rico porque a teoria que trazia de bagagem do Mestrado, me suportou diversas vezes quer no estágio, quer durante o processo de escrita deste relatório, ao mesmo tempo que absorvi diversos *inputs* práticos que suportavam essa teoria, e completavam a minha formação académica.

Após a conclusão deste estágio curricular, posso fazer a observação de que a escolha em mudar de experiências na área de turismo se revelou a mais acertada pois permitiu voltar a apaixonar-me por esta área tão transversal, e que permite focar-me nas vertentes com as quais mais me identifico.

Relativamente à bibliografia utilizada neste relatório, como forma de dar suporte e valor académico, verifiquei que ainda não existem muitos artigos, ou artigos verdadeiramente concretos e com informação incisiva, acerca do Enoturismo como ramo do Turismo Cultural com os quais pudesse aprofundar este relatório.

Apesar de a Fundação Eugénio de Almeida contar com 56 anos de história, a verdade é que a exploração da Quinta de Valbom através do Enoturismo como forma de aumentar as receitas, é algo recente e é um trabalho que se desenvolve há apenas 8 anos. Este trabalho desenvolvido no Enoturismo Cartuxa ao longo destes 8 anos, deu uma projeção muito grande dos vinhos da Região Alentejo, e da Fundação Eugénio de Almeida que já se tornaram marcos nacionais, recebendo cerca de 20,000 visitantes anualmente. Esta marca de visitantes, é algo que o Conselho de Administração juntamente com a coordenação do Enoturismo, não pretendem aumentar uma vez que consideram não terem condições quer a nível de infraestruturas, quer a nível de assegurar



o nível de satisfação do cliente para aumentar a afluência turística ao Enoturismo Cartuxa.

Ao nível de experiência pessoal, considero que o Enoturismo Cartuxa possui todos os recursos humanos de forma a garantir o sucesso de todos os estagiários que, tal como eu, desejem ter uma experiência de estágio naquele local. Essa capacidade humana foi a chave para aquele que considero ter sido o meu sucesso neste estágio uma vez que me ajudava a estar sempre 100% focado, motivado para aprender novas funções e sempre com gosto em cada função e com total autonomia, o que me permitiu aplicar ao longo do estágio e em alguns momentos os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e do mestrado.

Neste relatório vi-me emergido numa pesquisa bibliográfica acerca da temática escolhida para este relatório, sobre a relação entre o Turismo Cultural e o Enoturismo, e de que forma se complementam, mas mais numa variante de ver o Enoturismo como um ramo do Turismo Cultural e como o mesmo pode ajudar a desenvolver uma região com uma tradição tão marcada e ligada à prática do vinho.

Esta bibliografia utilizada para a realização do presente relatório, levaram-me a concluir que ainda não existem muitos conceitos que ligam o Enoturismo a uma vertente do Turismo Cultural, o que me leva a concluir que é necessário que os actores do turismo, estejam atentos a estas novas tipologias de turismo, e aproveitem da melhor maneira os novos nichos de mercado de maneira a abranger um maior número de turistas, e ajudar ao desenvolvimento da região turística de Évora conjugando as forças do sector público e do sector privado do Turismo.



Bibliografia/ Webgrafia

AICEP, (2017). Turismo - Sector estratégico para a economia. Portugal Global, (103), 1-60. [Accessed 12 Set. 2018]

<http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2013/115A.pdf>

Barretto, M. (2007). *Turismo y cultura*. El Sauzal (Tenerife): Asociación Canaria de Antropología y Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, pp.1-33.

Ferreira, A. (2016). Teorias e Métodos de Investigação - Capítulo 1. Presentation, Universidade de Évora.

HENRIQUES, C. (2003): "Turismo, Cidade e Cultura. Planeamento e Gestão Sustentável". Edições Sílabo, Lisboa.

Hobsbawm, Eric. A Era do Capital, Lisboa, Presença, 1988.

http://portugalglobal.pt/PT/RevistaPortugalglobal/2017/Documents/Portugalglobal_n103.pdf [Accessed 12 Set. 2018]

<http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf> [Accessed 12 Set. 2018]

<https://dre.pt/home/-/dre/108219721/details/maximized> [Accessed 12 Set. 2018]

[https://www.pordata.pt/Municipios/Quadro+Resumo/%c3%89vora+\(Munic%c3%adpio\)-231346](https://www.pordata.pt/Municipios/Quadro+Resumo/%c3%89vora+(Munic%c3%adpio)-231346) [Accessed 12 Set. 2018]

<https://www.pordata.pt/Portugal/Balan%C3%A7a+de+viagens+e+turismo+em+percentagem+do+PIB-2632> [Accessed 12 Set. 2018]

https://www.researchgate.net/profile/Marcio_Marietto/publication/301614548_O_BSERVA-

[CAO_PARTICIPANTE_E_NAO_PARTICIPANTE/links/571d5ad808ae6eb94d0](https://www.researchgate.net/profile/Marcio_Marietto/publication/301614548_O_BSERVA-CAO_PARTICIPANTE_E_NAO_PARTICIPANTE/links/571d5ad808ae6eb94d0)



[e513e/OBSERVACAO-PARTICIPANTE-E-NAO-PARTICIPANTE.pdf](#) Available at: 9 Set. 2018].

Inácio, A. and Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Turismo e Desenvolvimento*, [online] (13/14), pp.761-769. Available at: <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/viewFile/8280/6684> [Accessed 12 Set. 2018].

Malmström, C. (n.d.). A Europa da livre circulação: O Espaço Schengen. [online] Europedirect-bsebb.pt. Available at: https://www.europedirect-bsebb.pt/ficheiros/noticias/ficheiros/1436967732dr3111126ptc_002.pdf [Accessed 19 Sep. 2018].

MARIETTO, M. L. Observação participante e não participante. Working Paper. São Paulo, UNINOVE, 2014

Marujo, N. (2014). A CULTURA, O TURISMO E O TURISTA: QUE RELAÇÃO?. *TURyDES*, [online] (16), pp.1-12. <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turista-cultural.html> [Accessed 19 Sep. 2018].

Marujo, N. (2016). *Turismo, Cultura e Paisagem - Conceitos e Relação*. Presentation, Universidade de Évora.

Mello, A. (2017). [online] [Travelbi.turismodeportugal.pt](http://travelbi.turismodeportugal.pt). Available at: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Mercados/analise-dos-principais-mercados-concorrentes-2017.pdf> [Accessed 20 Sep. 2018].

Novais, C. and Antunes, J. (2009). *O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos*. [p.1253-1280]

Pereira, Sara Marques (2003). *Deus, Labor et Constantia*. 3ª edição. 500. Évora. Fundação Eugénio de Almeida

PIRES, M. (2004): "Teorias da cultura". Universidade Católica Editora, Lisboa.



Richards, G. (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD.

Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies*, 2(2), pp.183-201. Recuperado de DOI: 10.1177/146879702761936653

Smith, M. (2003). *Issues in cultural tourism*. London: Routledge.



Anexos

Anexo 1 - Projecto de estágio delineado pelo autor

 Serviço Académico	Cursos de 3.º Ciclo, 2.º Ciclo e Mestrado Integrado	MODELO T-005
	PROPOSTA DE PROJETO DE TESE / DISSERTAÇÃO / ESTÁGIO / TRABALHO DE PROJETO	Ano Letivo: _17_ / _18_

12 - Resumo, Plano e Cronograma

Resumo:

Durante o estágio, proponho-me a identificar eventuais lacunas que possam existir relativamente ao contacto entre a oferta do produto Adega da Cartuxa, e a satisfação dos clientes que visitam a adega.

Para isso, durante as primeiras semanas irei observar as actividades levadas a cabo na Adega da Cartuxa, sendo que após adquirir conhecimentos acerca do funcionamento e das práticas da entidade, irei começar a montar um plano com base nas lacunas identificadas, de forma a melhorar o funcionamento e a experiência do turista quando visita a Adega tendo por base o tema deste projecto de estágio.

Relativamente ao trabalho levado a cabo com os turistas, inicialmente as ideias que pretendo implementar, não seriam utilizadas com todos os grupos de turistas. Seria uma evolução gradual, inicialmente seria de forma esporádica com um ao outro grupo, e ao longo do tempo, caso a recepção fosse positiva, seria alargado a todos os grupos que visitam a Adega da Cartuxa. Esta metodologia iria permitir recolher aspectos positivos e negativos das minhas ideias, e ir corrigindo e melhorando as minhas ideias de forma a contribuir para uma melhor experiência turística.

Planeamento:

O método que irei utilizar durante a realização do estágio curricular será o método misto pois beneficia com maior ou menor intensidade de métodos quantitativos e qualitativos e permite o uso de técnicas como a entrevista e o questionário.

Esta utilização mista é cada vez mais usada na investigação em Turismo uma vez que facilita a triangulação de dados. Constitui não só a forma de combinar vários métodos qualitativos entre si e/ou de conjugar métodos quantitativos e qualitativos, mas também coloca um ponto final na prevalência do método único.





Durante a realização deste projeto de estágio, utilizarei uma entrevista semi-estruturada pois combina perguntas abertas e fechadas devendo o entrevistador seguir um conjunto de questões previamente definidas, introduzidas num contexto de conversa informal, uma técnica muito utilizada quando se deseja delimitar o número de informações a recolher obtendo-se um maior enfoque no tema.

Utilizarei também a técnica do questionário, utilizando um questionário semi-fechado para proteger a privacidade das pessoas e não as obrigar a responder a questões que não sejam do seu agrado.

Tabela nº 1: Planeamento da recolha de dados e previsão do tratamento de dados

Planeamento da recolha de dados:	Previsão do tratamento de dados:
Inquéritos	SPSS
Questionários	
Observação não participante	

Fonte: Elaboração própria

A tabela que se apresenta acima, tem como objetivo indicar a forma como planeio recolher os dados, bem como a forma como prevejo serem tratados os dados. Assim a tabela que se demonstra abaixo, pretende dar a conhecer de forma cronológica, a forma como serão recolhidos os dados bem como quando seriam tratados os dados recolhidos da investigação.

Tabela nº 1: Cronograma de investigação e tratamento de dados

Fases	2017				2018					
	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
Estruturação do projeto/ Planeamento/ Enquadramento		x	x							
Período de estágio					X	X	X	X		
Observação e recolha de dados					X	X	X	X		





Análise e Tratamento de Dados						X	X	X		
Redação do relatório de estágio								X	X	X
Conclusões e recomendações									X	X
Apresentação do relatório										X

Fonte: Elaboração própria





Anexo 2 - Acordo de estágio

ACORDO DE ESTÁGIO

Outorgam o presente acordo

Primeira Outorgante: **Universidade de Évora**, pessoa coletiva n.º 501 201 920, sediada no Largo dos Colegiais, 2, 7000-803 Évora, representada pelo seu Vice-Reitor, Prof. Doutor Paulo Quaresma, adiante designada por Primeira Outorgante;

Segunda Outorgante: **A Fundação Eugénio de Almeida**, pessoa coletiva n.º 500730723, com sede no Pátio de S. Miguel, Apartado 2001, 7001-901 Évora, representada pelo Presidente do Conselho Executivo, Eng.º José Mateus Ginó, adiante designada por Segunda Outorgante;

Tercera Outorgante: **João David Carvalhinho Fernandes**, possuidor do cartão de cidadão nº14145058, com o contribuinte n.º 219789666, residente na rua Carlos Serra n.º 22 R/C, 7000 Évora, adiante designado por Estagiário;

1 - Objeto do Acordo

1.1 - O presente acordo tem como objeto o estágio curricular a ser realizado pelo Estagiário, no ano letivo 2017/2018, proporcionado pela Segunda Outorgante, necessário e adequado à conclusão do curso de Mestrado em Turismo, ministrado pela Universidade de Évora.

1.2 - O estágio decorrerá, tanto como objetivo possibilitar ao estagiário a aquisição dos conhecimentos e da experiência prática relativos à sua área de formação.

2 - Duração e horário do estágio

2.1 - O estágio terá a duração de 4 meses, decorrerá de 12 de março de 2018 a 12 de Junho de 2018.

2.2 - O horário de estágio desenvolver-se-á de acordo com o horário de funcionamento da entidade e em conformidade com o número de horas previamente estipuladas.

3 - Objetivos do estágio

O estágio como experiência real de trabalho e metodologia de aprendizagem visa os seguintes objetivos:

3.1 - Proporcionar contactos com o mundo empresarial e experiências de trabalho, facilitando o desenvolvimento de aprendizagens não adquiridas em contexto escolar, bem como a posterior integração do estagiário na vida ativa;

1



- 3.2 - Facultar ao estagiário a aplicação e consolidação de aprendizagens efetuadas em contexto escolar pela execução de um múltiplo elenco de tarefas relacionadas com a formação técnica obtida;
- 3.3 - Desenvolver capacidades, competências e atitudes adequadas ao contexto laboral, nomeadamente espírito crítico, sentido de responsabilidade, empenhamento, cooperação, autonomia;
- 3.4 - Proporcionar a observação do funcionamento da instituição ou secção específica da mesma, fomentando a capacidade de análise e reflexão sobre práticas de trabalho e organização.

4 - Orientação e acompanhamento de estágio

- 4.1 - A Primeira Outorgante designa para orientação e acompanhamento do estágio a Professora Doutora Ana Maria Ferreira, docente do Departamento de Sociologia a qual compete:
- Apoiar a inserção do estagiário, através de contactos que permitam o conhecimento prévio da Segunda Outorgante e dos seus responsáveis;
 - Apoiar o estagiário na análise e resolução de problemas surgidos no decorrer do estágio contribuindo para a consolidação de saberes e amadurecimento das suas atitudes sociais e profissionais;
 - Apreciar o relatório elaborado pelo estagiário e tecer sobre ele as considerações que julgar pertinentes.
- 4.2 - A Segunda Outorgante designa como responsável pela coordenação do estágio Eunice Amaro, a qual, em nome da empresa, se compromete a:
- Cooperar com a Primeira Outorgante na concepção do plano de estágio enunciando, nomeadamente, o elenco previsível de tarefas a executar;
 - Contribuir para a inserção do estagiário no mundo laboral, nomeadamente pela sua integração no posto de trabalho, informação e normas de funcionamento, de segurança e higiene;
 - Acompanhar o desenvolvimento do estagiário, contribuindo para a sua valorização pessoal, social e profissional, através da comunicação de experiências, conhecimentos e atitudes;
 - Realizar o acompanhamento pedagógico do estagiário, supervisionando o seu progresso face aos objetivos definidos no "Plano de Estágio";
 - Fornecer ao estagiário informação e orientação profissional adequada à realização do estágio;
 - Fornecer à Universidade todas as informações relevantes sobre o desenvolvimento do estágio, comunicando, designadamente, a ocorrência de qualquer interrupção temporária do estágio.



5 - Direitos e Deveres do Estagiário

5.1 - O estagiário tem direito a:

- a) Recusar a prestação de trabalho, ainda que a título temporário, que não se enquadre nas atividades relacionadas com o estágio;
- b) A Segunda Outorgante respeite e faça respeitar as condições de higiene e segurança no trabalho a que estiver obrigado nos termos legais.

5.2 - São deveres do Estagiário:

- a) Comparecer com assiduidade e pontualidade no estágio, visando adquirir a formação complementar adequada e necessária que lhe for ministrada;
- b) Guardar lealdade à Segunda Outorgante, nomeadamente, não transmitindo para o exterior informações sobre equipamentos e processos de trabalho de que tome conhecimento por ocasião do estágio e mesmo depois do termo deste;
- c) Utilizar com cuidado e zelar pela boa conservação dos equipamentos e demais bens que lhe sejam confiados para efeitos de realização do estágio.

6 - Encargos

A realização deste estágio não obriga a Segunda Outorgante a suportar quaisquer encargos ou pagamento de remunerações ao estagiário ou à Segurança Social, nem implica o dever de assegurar a inserção profissional do estagiário para além do período de estágio.

7 - Seguros

O estagiário beneficiará de um seguro que o proteja contra riscos de eventualidades que possam ocorrer durante e por causa das atividades correspondentes ao estágio, a assegurar pela Primeira Outorgante.

Feito em triplicado, em Évora, 9 de fevereiro, 2018

A Primeira Outorgante

Assinatura e carimbo

O Terceiro Outorgante

Assinatura do Estagiário/a

A Segunda Outorgante

Assinatura e carimbo



Anexo 3 - Ficha de informação/integração no estágio



FUNDAÇÃO
EUGÉNIO
DE ALMEIDA

Ficha de integração/formação de estágio

Nome: João Fernandes

Função: Estágio Mestrado Turismo (acordo anexo)

Actividades/áreas	Data início	Data fim
Formação On job sobre a FEA – História, Missão, Valores, Formação sobre a Produção de Vinhos/Iniciação à prova	12 Março 2018	12 Junho 2018
Acompanhamento de visitas – Condução de visitas, acompanhamento do trabalho de cada elemento do Enoturismo	12 Março 2018	12 Junho 2018
Acompanhamento e desempenho de funções de BackOffice	12 Março 2018	12 Junho 2018
Conceitos de vendas e faturação	12 Março 2018	12 Junho 2018
Conceitos de SGQSA (Sistema de Gestão de Qualidade e Segurança Alimentar) e Conceitos de HACCP e Boas praticas	12 Março 2018	12 Junho 2018
Gestão de Competências em Equipa	12 Março 2018	12 Junho 2018
Gestão e Controlo de stocks no Armazém e expedição de Encomendas	12 Março 2018	12 Junho 2018

Colaborador: *João David Corvalhinho Fernandes*

Avaliação Final:

O João integrou-se muito bem na Equipa de Enoturismo, sendo um apoio à mesma no serviço de logística diária. Manifestou sempre interesse em adquirir mais conhecimento sendo sempre bastante prestável. Atento, prestável, rigoroso e com senso de oportunidade são algumas das características a destacar num profissional como o João Fernandes. No cômputo geral o seu estágio foi bastante positivo.

Data: 12 Junho 2018

Responsável: *[Assinatura]*



Anexo 4 - Questionário de aplicação

A experiência do turista no Enoturismo Cartuxa

<https://docs.google.com/forms/d/1V1mPFMsR3Fcm7q87KMKCwID..>

A experiência do turista no Enoturismo Cartuxa

1. Sexo:

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino

2. Idade:

Marcar apenas uma oval.

- 18 a 25
 26 a 30
 31 a 40
 41 a 50
 51 a 60
 + 60

3. Nacionalidade:

4. Formação académica:

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Primário
 Ensino Básico
 Ensino Secundário
 Ensino Universitário
 Outra: _____

5. Relativamente à visita ao Enoturismo Cartuxa, quais foram os detalhes que mais apreciou?

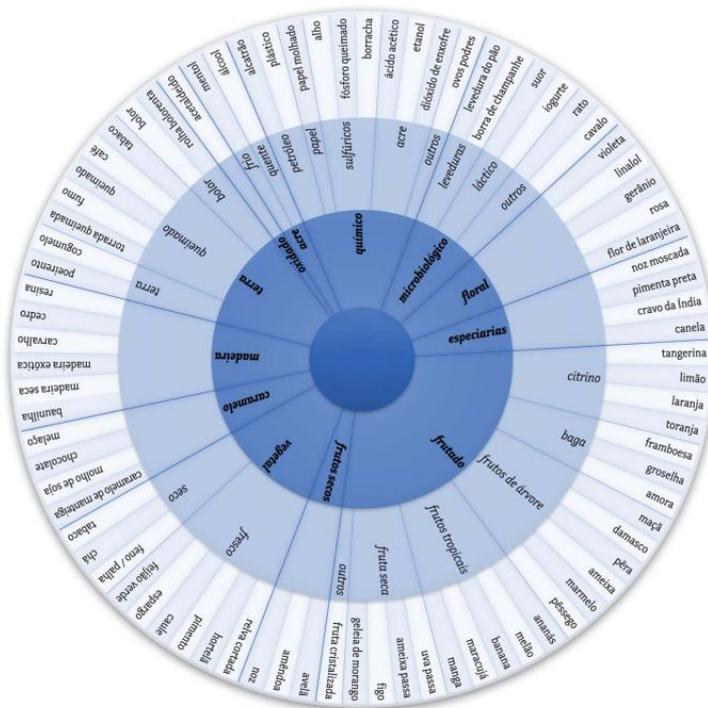


6. Relativamente à degustação de vinhos, o que avalia como mais importante?

7. Sugestões de melhoria:



Anexo 5 - Documento guia para prova de vinhos



Experimente classificar os aromas de um vinho com o auxílio da Roda dos Aromas!

Passo 01

Selecione o vinho a provar.

Passo 02

Rode o copo delicadamente e inspire os primeiros aromas libertados pelo vinho.

Passo 03

Procure encontrar os aromas que associou ao vinho na Roda dos Aromas. Comece dos aromas gerais (os aromas mais perto do centro do círculo) até aos aromas mais específicos.

Passo 04

Saboreie um pequeno gole de vinho e tente classificar os aromas libertados.

Passo 05

Reclassifique, se necessário, os aromas do vinho. Pode também beber lentamente um pouco de vinho e classificar os seus sabores

www.infovini.com



Utilize estas fichas de prova para apreciar e classificar um vinho

Marca do vinho _____
Colheita _____
Produtor _____
Outros dados _____

Visão

Limpidez cristalino límpido turvo

Cor branco rosé tinto

citrino rosado claro rubi

palha rosado escuro rubi acastanhado

dourado acastanhado vermelho rubi

acastanhado vermelho violeta

vermelho acastanhado

Fluidex fluido denso espesso viscoso

Efervescência reduzida moderada abundante

Olfacto

Aroma* _____

Qualidade limpo simples complexo

Intensidade nula suficiente muito intensa

fraca intensa

Paladar

Aroma de boca* _____

Intensidade equilibrado harmonioso correcto desequilibrado

Persistência curta média longa muito longa

Observações _____

*para classificar, utilize a Roda dos Aromas.

www.infovini.com



Utilize estas fichas de prova para apreciar e classificar um vinho

Marca do vinho _____
Colheita _____
Produtor _____
Outros dados _____

Visão

Limpidez cristalino límpido turvo

Cor branco rosé tinto

citrino rosado claro rubi

palha rosado escuro rubi acastanhado

dourado acastanhado vermelho rubi

acastanhado vermelho violeta

vermelho acastanhado

Fluidex fluido denso espesso viscoso

Efervescência reduzida moderada abundante

Olfacto

Aroma* _____

Qualidade limpo simples complexo

Intensidade nula suficiente muito intensa

fraca intensa

Paladar

Aroma de boca* _____

Intensidade equilibrado harmonioso correcto desequilibrado

Persistência curta média longa muito longa

Observações _____

*para classificar, utilize a Roda dos Aromas.

www.infovini.com

Anexo 6 - Ata de prova pública de discussão de relatório de estágio de mestrado



PROVAS PÚBLICAS DE DISCUSSÃO DE RELATÓRIO DE ESTÁGIO DE MESTRADO

ATA

Candidato(a):	João David Carvalhinho Fernandes
Mestrado em:	Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos
Título de Relatório de Estágio de Mestrado:	A importância da experiência turística na área da vitivinicultura

JÚRI

Presidente:	Jaime Manuel Moleiro Serra
Vogal (orientador):	Ana Maria Alves Pedro Ferreira
Vogal (arguente):	Maria Noémi Nunes Vieira Marujo

Data do despacho de nomeação do júri:	31 - 10 - 2018
Entidade que proferiu:	Diretor da Escola de Ciências Sociais - Silvério Carlos Matos Rocha e Cunha

Data da prova:	3 - 12 - 2018
Início da prova:	11 h 30 m
Termo da prova:	12 h 45 m

Deliberação do Júri (de acordo com o artigo 31º da Ordem de Serviço nº 8/2013)

	Classificação Quantitativa	Fundamentação
Presidente	13	O trabalho do aluno preenche os requisitos mínimos/preferenciais em frente de um dissertativo de mestrado.
Vogal (Orientador)	13	O trabalho apresenta algumas fragilidades que requerem ao debate.
Vogal (Arguente)	13	O trabalho do aluno cumpre os requisitos mínimos e apresenta algumas fragilidades que requerem ao debate.
		Classificação do ato público <small>(pode atribuir unidades de classificação positivas por cada membro do júri)</small>

Nota: Anexar recomendações indicadas pelo júri a serem introduzidas pelo estudante na versão final a ser entregue para depósito legal

O Júri:

Jaime Manuel Moleiro Serra
Ana Maria Alves Pedro Ferreira
Maria Noémi Nunes Vieira Marujo

