

VÂNIA MANUELA MACHINHO MENDONÇA

PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO E EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CULTURAL SUSTENTÁVEL

Estudo de caso do destino turístico Olhão



2024

VÂNIA MANUELA MACHINHO MENDONÇA

PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO E EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CULTURAL SUSTENTÁVEL

Estudo de caso do destino turístico Olhão

Mestrado em Turismo
Especialidade em Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de Professora Doutora Ana Isabel Renda
e do Professor Doutor Néilson de Matos



2024

PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO E EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CULTURAL SUSTENTÁVEL

Estudo de caso do destino turístico Olhão

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Vânia Manuela Machinho Mendonça

©Copyright: Vânia Manuela Machinho Mendonça

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, aos meus orientadores, que me acompanharam ao longo deste percurso e contribuíram para que ele fosse tão profícuo em conhecimento quanto gratificante.

À Professora Doutora Ana Isabel Renda fica o profundo agradecimento pela disponibilidade, sensibilidade, competência científica e críticas assertivas na orientação deste trabalho. Por colocar tanto de si em prol dos outros e pelo entusiasmo e dedicação que sempre me transmitiu, tornando tudo tão mais especial.

Ao Professor Doutor Néilson de Matos a gratidão imensurável por acreditar, pela persistência, pelo altruísmo na partilha do seu conhecimento e por incentivar-me a almejar novos horizontes.

Manifesto aqui o meu profundo apreço por, durante a realização deste trabalho, terem sido luz e sabedoria e também mestres na arte da paciência, contribuindo para que o meu percurso fosse desafiante e, conseqüentemente, tão mais interessante, excedendo em muito as expectativas!

Gostaria também de expressar o meu agradecimento às professoras que foram igualmente marcantes neste percurso, e, que não foram, mas podiam muito bem ter sido, minhas orientadoras neste trabalho final:

À Professora Doutora Cláudia Almeida, pela sua imediata disponibilidade e excepcional aptidão natural em conjugar competência, celeridade e boa disposição!

À Professora Doutora Paula Martins, pela empatia, sensatez e pela inspiração e incentivo que sempre me incutiu.

Agradeço também ao Luís Martins por todos os ensinamentos sobre o *software NVivo*.

Agradeço aos colegas de turma que igualmente contribuíram para o enriquecimento desta experiência, pelo salutar convívio e partilhas ao longo deste percurso, em especial às colegas e amigas Inês Gonçalves e Sílvia Costa.

Agradeço a todas as pessoas individuais e às que representam entidades e que prontamente colaboraram na presente investigação, disponibilizando-se para participar nas entrevistas, sem as quais a mesma não teria sido possível realizar.

Ao Paul pelo apoio incondicional em todas as minhas escolhas.

E, na génese de tudo, um obrigado à minha família, por me assegurarem “asas para voar, raízes para voltar e motivos para ficar” (Dalai Lama).

Resumo

O crescimento da atividade turística, sem precedentes, nas últimas duas décadas provocou um impacto significativo a vários níveis, nomeadamente económico, social, cultural e ambiental. Verificou-se que o aumento da procura de experiências turísticas culturais acompanhou este crescimento generalizado do turismo. Tendo em consideração esta tendência a presente investigação estabeleceu como problemática o desenvolvimento e experiência turística cultural sustentável - estudo de caso do destino turístico Olhão. Para tal, este estudo realiza-se em dois momentos de investigação. Num primeiro momento apresenta-se uma visão geral sobre a temática das experiências turísticas culturais sustentáveis na Europa com base numa revisão sistemática quantitativa de literatura. Os resultados obtidos indicam que o turismo cultural e as experiências culturais estão intimamente relacionados com a sustentabilidade, mas são necessárias mais investigações para demonstrar a sua relação efetiva nos destinos turísticos.

Num segundo momento da investigação explora-se o conhecimento sobre a relevância atribuída aos recursos culturais e à oferta cultural dos destinos turísticos para a criação de experiências turísticas culturais sustentáveis. Neste estudo empírico contempla-se a perspetiva dos *stakeholders* e é discutiva a sua participação no processo de planeamento e implementação do turismo, sendo identificadas estratégias considerando os principais desafios no turismo cultural sustentável.

Verifica-se que, em ambos os estudos, o papel dos governos locais na implementação de práticas sustentáveis é reconhecido como muito importante juntamente com a comunicação com os *stakeholders* e com a comunidade, embora se tenha constatado que estas áreas apresentem grandes fragilidades.

Os resultados enfatizam a forma como os *stakeholders* percecionam os seus recursos culturais e oferta cultural sendo que os conceitos de identidade cultural, autenticidade, preservação cultural, bem-estar, orgulho e empoderamento da comunidade emergem, principalmente através do património cultural imaterial. Observa-se ainda que os *stakeholders* consideram a população local como o seu recurso cultural mais significativo, estando desta forma, na origem de experiências culturais únicas que podem ser memoráveis e sustentáveis.

Palavras-chave: Experiência turística, experiência turística cultural, sustentabilidade, *stakeholders*, revisão sistemática quantitativa, NVivo.

Abstract

The unprecedented growth of tourism activity in the last two decades has had a significant impact at various levels, including economic, social, cultural and environmental. It has been found that the increase in demand for cultural tourism experiences has accompanied this generalised growth of tourism. Considering this trend, the present research proposes to explore the development of sustainable cultural tourism experiences, using the tourist destination of Olhão as a case study. To this end, this study was carried out in two research moments. In a first moment an overview is presented on the theme of sustainable cultural tourism experiences in Europe based on a systematic quantitative literature review. The results obtained indicate that cultural tourism and cultural experiences are closely related to sustainability, but further research is needed to demonstrate their effective relationship in tourist destinations.

In a second stage of research it is important to know what is the relevance attributed to cultural resources and cultural offer of tourist destinations for the creation of sustainable cultural tourism experiences. In this empirical study the stakeholders' perspective was considered. In addition, it was discussed their participation in the process of planning and implementation of tourism, and strategies were identified to address the main challenges in sustainable cultural tourism.

It was found that in both studies the role of local governments in implementing sustainable practices is recognised as very important along with communication with stakeholders and the community, although we have noticed that these areas have major weaknesses.

The results emphasize how stakeholders perceive their cultural resources and cultural offer, the concepts of cultural identity, authenticity, cultural preservation, well-being, pride and community empowerment emerge, mainly through intangible cultural heritage. It was also observed that stakeholders consider the local population as their most significant cultural resource. In this way, they are at the origin of unique cultural experiences that can be memorable and sustainable.

Keywords: tourism experience, cultural tourism experience, sustainability, stakeholders, quantitative systematic review, NVivo.

Índice geral

Índice de figuras.....	xi
Índice de tabelas.....	xii
Capítulo 1: Introdução.....	13
1.1 Contexto da pesquisa	13
1.2 Objetivos	14
1.3 Metodologia.....	16
1.4 Relevância e justificação do tema	17
1.5 Estrutura global da dissertação	18
Capítulo 2: Sustainable cultural tourism experience - a systematic quantitative literature review	20
Abstract	20
2.1 Introduction	21
2.2 Literature review.....	23
2.2.1 Cultural tourism in Europe.....	23
2.2.2 Tourist Experience and Sustainability	25
2.3. Methodology.....	27
2.3.1 Systematic quantitative literature review	27
2.4 Results and conclusions.....	32
2.4.1 Publications distribution per year.....	32
2.4.2 Research Methods	33
2.4.3 Geographical location of the case studies	35
2.4.4 Research contexts	36
2.4.5 Content Analysis.....	37
2.4.6 Discussion.....	38
2.5 Conclusions and implications	39
2.6 Limitations.....	40
2.7 Suggestion for future research	40
References.....	42
Capítulo 3 - Moving towards sustainable cultural tourism experiences: a participatory journey – the stakeholders perspective	52
Abstract	52
3.1 Introduction	52
3.2 Theoretical background.....	54
3.2.1 Culture in tourism	54

3.2.2 Stakeholders and sustainable tourism	55
3.3 Methodology.....	56
3.4 Results	59
3.4.1 Cultural dimension.....	59
3.4.2 Cultural tourism resources	59
3.4.3 Cultural tourism offer	62
3.4.5 Cultural proposals	65
3.5 Experience dimension.....	67
3.5.1 Tourism experience	67
3.5.2 Destination Image	68
3.6 Sustainability dimension.....	68
3.6.1 <i>Impact of tourism development on destinations</i>	68
3.6.2 <i>Sustainability of the tourist destination Olhão</i>	69
3.7 Stakeholders dimension	70
3.8 Discussion	73
3.8.1 Sustainable cultural experiences conceptual model - A new approach	74
3.9 Conclusions.....	76
Key terms and definitions.....	78
Acknowledgments.....	79
References	80
Capítulo 4: Considerações finais	90
4.1 O potencial das experiências turísticas culturais sustentáveis	90
4.2 A sustentabilidade e a participação dos stakeholders	91
4.3 Modelo conceptual de experiência turística cultural sustentável	92
4.4 Implementação de práticas sustentáveis na criação de experiências turísticas culturais em Olhão	93
4.5 Contribuições metodológicas	95
4.6 Limitações e recomendações para estudos futuros	95
Referências.....	97
Apêndices	1077
Apêndice A Desenho da pesquisa	108
Apêndice B Dimensões de análise.....	109
Apêndice C Guião de entrevista	111

Apêndice D - Stakeholders entrevistados.....	1155
Apêndice E E-mail de pedido de colaboração em língua portuguesa	117
Apêndice F Formação Sustainable Tourism, GSTC.....	1188
Apêndice G Formação em “Inovação e novos caminhos sustentáveis”, Turismo de Portugal	1199
Apêndice H Participação no T- Forum.....	12020
Apêndice I Submissão de artigo.....	121
Apêndice J Certificado Postgraduate Conference.....	12222
Apêndice K Proposta de capítulo aceite.....	123
Apêndice L Sistema de transcrição	124
Apêndice M Transcrição de entrevistas.....	125

Índice de figuras

Figure 2.3.1 Systematic process	28
Figure 2.3.2 A Prisma flowchart	31
Figure 2.4.1 Year-wise distribution of publications	33
Figure 4.1 Map of Olhão	57
Figure 4.2 Interviewed stakeholders	58
Figure 3.4.1 Cultural offers, resources and proposals by sector	59
Figure 3.4.2 Olhão city view with the market buildings on the front	60
Figure 3.4.3 Olhão, roof terraces view	61
Figure 3.4.4 Model of typology of cultural tourism resources applied to Olhão	64
Figure 3.4.5.1 Phases of creating cultural tourism offers according to the stakeholders	66
Figure 3.5.1 Dimension of the touristic experience	67
Figure 3.6.1 Dimension of sustainability	69
Figure 3.7.1 Participation of stakeholders in the planning and operationalisation	72
Figure 3.8.1 Sustainable cultural experiences – conceptual model	75

Índice de tabelas

Table 2.3.1 Inclusion and exclusion criteria	30
Table 2.4.1 Research methods	34
Table 2.4.2 Geographical location of the case studies	35
Table 2.4.3 The context in which the researches were conducted	36

Capítulo 1: Introdução

1.1 Contexto da pesquisa

A atividade turística tem vindo a crescer nas últimas décadas, acompanhada de uma maior diversidade de destinos turísticos e, conseqüentemente, o aumento da competitividade entre os próprios destinos, que procuram diferenciar-se. Este aumento também se verificou no turismo cultural e na procura de experiências turísticas, levando-nos a refletir sobre a sustentabilidade da atividade turística, dos destinos turísticos e da qualidade de vida dos seus residentes.

Este crescimento favorável do turismo foi interrompido pela pandemia COVID-19.

Estima-se que a quebra global nas chegadas internacionais tenha rondado os 74% (UNWTO, 2020).

De acordo com a literatura, a experiência turística tem vindo a constituir-se como um dos elementos centrais na gestão e no planeamento dos destinos e como meio para alcançar o desenvolvimento sustentável do turismo cultural (Jelinčić & Senkić, 2017), contribuindo para a atratividade dos destinos consoante a intensidade e qualidade das experiências (Almeida, 2018). Neste contexto, verifica-se na literatura que existe um conhecimento limitado sobre a experiência turística cultural (Seyfi, Hall, & Rasoolimanesh, 2019). Embora a produção científica sobre turismo cultural e sobre sustentabilidade seja abundante, especificamente a relação entre o turismo, a cultura e a sustentabilidade são assuntos que requerem mais investigação (Solís-Radilla, Hernández-Lobato, Callarisa-Fiol, & Pastor-Durán, 2019; Su, Aaron, McDowell, & Lu, 2019). Por sua vez, a cultura, elemento diferenciador dos destinos, pode contribuir para atenuar a sazonalidade, promover a autenticidade e proporcionar o desenvolvimento de produtos complementares (Futur & Nedelea, 2018; Henriques, 2014).

A sustentabilidade não é um conceito novo, mas este ganhou uma nova vida em várias indústrias e o turismo não é exceção. Se, inicialmente, quando se falava em sustentabilidade era no sentido de minimizar os danos causados no ambiente e de apelar a uma utilização racional dos recursos, o debate evoluiu e o termo sustentabilidade tornou-se um tema comum e presente em diversas áreas e do conhecimento geral do consumidor.

A nível global, a Agenda 2030 estabeleceu 17 objetivos de desenvolvimento sustentável que englobam as várias dimensões da sustentabilidade e implicam o envolvimento de governos, organizações, empresas e sociedade civil. A cultura está presente de forma transversal neste documento, contribuindo para a construção de sociedades sustentáveis, inclusivas e resilientes (ONU, 2016).

A relevância e atualidade destes temas leva a que um dos objetivos estabelecidos pelo Turismo de Portugal seja posicionar o país como destino líder nas matérias da sustentabilidade (Portugal, 2016), reiterando essa intenção na Estratégia 2027 onde se pretende que Portugal seja o destino mais seguro e sustentável do mundo (Ministério da Economia, 2017).

O Algarve, localizado no sul do território continental português, um dos principais destinos turísticos do país, é uma região madura, com prevalência do produto de sol e mar e tem vindo a apostar na sustentabilidade. A Região de Turismo do Algarve desenvolveu o projeto SustenTur para promover a preservação e sustentabilidade do património natural e cultural da região (RTA, 2021). No entanto, continua a persistir uma elevada sazonalidade (FCT, 2019, Fazenda, 2016), sendo que, em 2019 o Algarve apresentou uma taxa de sazonalidade de 43,1%, que seguia a tendência dos anos anteriores, mas entre 2020 (57,6%) e 2021 (56,9%) verifica-se um agravamento. Em 2022 (44%) e 2023 (41,1%) a sazonalidade volta aos valores pré-pandemia COVID (Travel BI, 2024).

No concelho de Olhão, local a que o estudo de caso se reporta, observou-se um crescimento turístico muito significativo, que se intensificou durante os últimos anos apresentando uma tendência crescente de crescimento e posicionando-se assim como um destino turístico emergente (Renda, Ferreira, Matos & Martins, 2019). Durante a última década, este concelho registou um aumento exponencial do número de dormidas por 100 habitantes. Nos últimos anos verificou-se que o número de dormidas aumentou em 2020 de 82,845, para 225,747 em 2023 (Travel BI, 2024) acompanhando o aumento do número de alojamentos turísticos nas suas várias categorias em todo o concelho.

Neste contexto, o marketing pode dar um contributo importante para estabelecer estratégias e para promover práticas de desenvolvimento sustentáveis e desenvolver uma imagem de destino diferenciada.

1.2 Objetivos

No seguimento do que foi exposto anteriormente, sugere-se uma proposta de desenvolvimento e experiência turística cultural sustentável. Com a finalidade de propor um modelo de desenvolvimento e de experiência turística cultural sustentável enquadrada na orientação teórica da investigação Quivy (1995).

Assim, estabeleceram-se como objetivos gerais desta investigação:

- Conhecer o estado da arte da experiência turística cultural sustentável na Europa;
- Compreender em que consiste a experiência turística cultural sustentável;
- Aferir a perceção dos *stakeholders* em relação à relevância da oferta cultural no desenvolvimento de experiências turísticas culturais sustentáveis;
- Propor um modelo de desenvolvimento de experiência turística cultural sustentável.

Os objetivos específicos desta investigação são:

- Definir experiência turística cultural sustentável;
- Definir desenvolvimento turístico sustentável;
- Identificar as abordagens e metodologias utilizadas, áreas geográficas que têm despertado mais interesse nos investigadores, assuntos mais frequentes e lacunas na literatura;
- Identificar as relações entre as dimensões da experiência turística cultural e os domínios da sustentabilidade;
- Identificar e definir oferta cultural;
- Identificar *stakeholders* no contexto da oferta cultural;
- Formular um modelo de desenvolvimento de experiência turística cultural sustentável.

1.3 Metodologia utilizada

A metodologia utilizada (Apêndice A) foi definida de acordo com os objetivos propostos. Assim, iniciou-se a investigação com um estudo exploratório da literatura, que se revelou útil para conhecer a abrangência dos temas em análise. Estabelecida a problemática da investigação, identificaram-se os objetivos gerais e posteriormente os objetivos específicos. Seguiu-se a revisão sistemática quantitativa da literatura, utilizando um conjunto de procedimentos sistemáticos de forma a identificar, selecionar, avaliar, sintetizar e quantificar a informação produzida e publicada sobre o tema em análise mediante a aplicação de métodos explícitos e replicáveis. Esta abordagem permitiu averiguar o estado da arte da experiência turística cultural sustentável na Europa.

Numa segunda fase, foi adotada uma abordagem qualitativa, tendo sido realizadas segu 30 entrevistas semiestruturadas a *stakeholders* da região. Para atestar a relevância e coerência dos objetivos específicos e dimensões de análise propostos nas entrevistas, estes foram validados por um painel de peritos em várias áreas de investigação (Apêndice B).

Após finalizado o guião de entrevista (Apêndice C) foi realizado um pré-teste. As entrevistas foram conduzidas em língua portuguesa e em língua inglesa. As entrevistas realizadas em língua inglesa foram traduzidas para língua portuguesa com o objetivo de uniformizar os dados. Devido à situação de confinamento gerada pela pandemia COVID-19, as entrevistas foram realizadas maioritariamente por telefone e *online* através das plataformas *WhatsApp*, *Skype* e *Zoom*, sendo que apenas 3 foram realizadas presencialmente no período pós confinamento. Os *stakeholders* entrevistados (Apêndice D) foram selecionados de forma a representar os vários setores público (ESP), privado (ESPR), associativo (ESA) e residentes (ER) de modo a constituir uma amostra representativa do concelho de Olhão. Foi-lhes enviado um pedido de colaboração por e-mail (Apêndice E).

A cada entrevista foi atribuído um código e o conteúdo das mesmas foi sujeito uma análise categorial através do *software NVivo* (Alves *et al.*, 2015), utilizando a

metodologia dedutiva e indutiva (Quivy, 1995), de acordo com os objetivos de investigação. Os resultados foram discutidos e as conclusões apresentadas.

1.4 Relevância e justificação do tema

O tema em análise é pertinente na atual conjuntura em que a sustentabilidade faz parte das agendas políticas a nível global. Refira-se a Agenda 2030 com os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (UNESCO, 2019), em que se pretende elaborar e implementar estratégias de desenvolvimento e monitorização para o turismo sustentável. A salvaguarda do património e a promoção da cultura local também constam nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, dada a vulnerabilidade do património cultural (ONU, 2016).

A associação do conceito de experiência turística cultural à temática do desenvolvimento sustentável dos destinos são aspetos ainda pouco explorados cientificamente, mas devido à crescente necessidade de diversificação dos destinos turísticos, as experiências tornaram-se o principal meio para a criação da oferta turística (Jelinčić & Senkić, 2017). O interesse por um desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos e a implementação de uma oferta cultural também ela sustentável é cada vez mais procurada para mitigar os possíveis impactos negativos do turismo e até a eventual destruição que alguns destinos enfrentam.

Apesar de estas temáticas serem igualmente debatidas noutras regiões do globo, nomeadamente na Ásia e em determinados países do continente africano, o presente estudo centra-se especificamente no contexto europeu. Na Europa, este tipo de turismo é o que mais atrai visitantes, tendo sido desenvolvidos indicadores comuns, bem como políticas e programas partilhados entre os países europeus. Outro aspeto que levou à escolha do tema é o interesse da mestranda pelas temáticas do turismo cultural, das experiências turísticas e da sustentabilidade, tendo esta complementado os seus conhecimentos sobre sustentabilidade com uma formação em *Sustainable Tourism* ministrada pela *Global Sustainable Tourism Council* (Apêndice F) e outra formação em Sustentabilidade Cultural, Património e Comunidades, pelo Turismo de Portugal (Apêndice G). A escolha deste tema deve-se também por desenvolver a sua

atividade profissional no setor cultural e por ser do seu interesse pessoal, enquanto natural e residente na região do Algarve, que esta região se possa afirmar como líder no desenvolvimento de turismo sustentável, responsável e resiliente.

1.5 Estrutura global da dissertação

A presente investigação foi elaborada por artigos, sendo que o capítulo 2 corresponde ao artigo científico e o capítulo 3 corresponde ao capítulo científico. Na sua globalidade encontra-se estruturada em cinco capítulos, nomeadamente introdução, revisão sistemática quantitativa de literatura, estudo de caso, os resultados e discussão e, por fim, conclusão e limitações da investigação bem como sugestões de investigações futuras.

A primeira parte inicia-se na introdução onde é apresentada a definição do objeto de estudo e a sua relevância, os objetivos, a metodologia adotada e a estrutura do trabalho. Segue-se uma revisão sistemática quantitativa de literatura em forma de artigo científico “Sustainable cultural tourism experience – A systematic quantitative literature review” onde se apresenta o estado da arte das experiências culturais sustentáveis na Europa. Neste artigo são abordados os seguintes temas: o turismo cultural na Europa, o conceito de experiência turística cultural e turismo cultural sustentável. A metodologia utilizada é apresentada detalhadamente. Posteriormente são apresentados e discutidos os resultados que permitem caracterizar as experiências turísticas culturais na Europa.

Parte da investigação realizada foi apresentada no T-Forum, 2020 (Apêndice H) e o resumo publicado no *Abstracts book*, em formato de artigo foi submetido para publicação (Apêndice I). Uma reflexão resultante da revisão de literatura foi apresentada na *Postgraduate Conference, 2020* “Contributos da experiência turística cultural para o desenvolvimento sustentável dos destinos: revisão crítica de literatura” (Apêndice J).

A terceira parte deste trabalho refere-se à investigação empírica desenvolvida no âmbito desta dissertação e que se apresenta sob a forma de capítulo de livro. Esta investigação analisa a perceção dos *stakeholders* em relação à relevância dos recursos e da oferta cultural para o desenvolvimento de experiências turísticas culturais

sustentáveis. É apresentado um estudo de caso, o local escolhido é o concelho de Olhão no Algarve, Portugal. Neste capítulo são abordados os temas da cultura no turismo, os *stakeholders* e o turismo sustentável. É apresentada a metodologia qualitativa utilizada na recolha e tratamento de dados primários, nomeadamente entrevistas diretas, semi estruturadas, realizadas a uma amostra de *stakeholders* do destino turístico e da respetiva região onde este se insere. As entrevistas (Apêndice K), são realizadas a uma amostra de indivíduos representantes dos setores público, privado, terceiro setor e residentes (direta e indiretamente ligados à atividade turística). As entrevistas foram codificadas. Os dados foram analisados através de uma análise de conteúdo, em função dos objetivos da investigação, para a qual recorreu-se ao *software NVivo*. De forma a maximizar as potencialidades do referido *software* a mestrandia frequentou uma ação de formação em *software Nvivo*. Seguidamente, são apresentadas soluções e recomendações, logo depois as sugestões de pesquisas futuras e, por fim, as conclusões. Decorrente deste estudo de caso apresenta-se uma proposta de modelo conceptual de desenvolvimento de experiências turísticas culturais sustentáveis.

Este estudo foi submetido e aceite para publicação no *Handbook of Research on Cultural Tourism and Sustainability*, 2022 (Apêndice L).

Por último, no quarto capítulo, é apresentada a discussão dos resultados da investigação e posteriormente as conclusões gerais, onde são também referidas as limitações detetadas aquando da realização da presente investigação e incluídas as sugestões de investigações futuras.

Capítulo 2: Sustainable cultural tourism experience - a systematic quantitative literature review

Abstract

Tourism is considered one of the most significant global phenomena, with cultural tourism outstanding as it's most dynamic and rapidly developing sector in today's global market. This growth is evident both in theoretical discourse and practical application and the trend continues to rise.

When properly planned and managed, tourism driven by cultural motivation and heritage can generate enhancement can generate multiple positive impacts. Culture provides meaning and identity to places and serves as a key element in tourism, playing an essential role in promoting social cohesion, welfare, attractiveness, entrepreneurship, and sustainability on a global scale. Both “culture” and “cultural tourism”, are complex concepts with various definitions proposed by researchers – Though not always with consensus.

The type of cultural tourist experience increasingly in demand is associated with good management and strategic planning viewed as essential to achieving sustainable cultural tourism development. The experiences are far from routine; they are perceived as unique, meaningful, sustainable, and cultural enriching. They also add value to tourist destinations and help to mitigate the effects of seasonality.

This study aims to explore the current state of the art in sustainable cultural tourism experience in Europe. Although numerous studies address cultural tourism, tourism experience and sustainability individually, the intersection of these themes remains under explored. The findings of key trends and research gaps, offering insights and implications for both academia and the tourism industry.

Keywords: cultural tourism, tourism experiences, cultural experience, sustainable tourism, systematic quantitative literature review

2.1 Introduction

Tourism is a rapidly expanding industry with significant economic, social, and environmental impacts (Weber, 2017). However, this growth poses several challenges for tourism management and its stakeholders. Cultural tourism has evolved alongside this broader expansion, particularly in Europe, where it has emerged as a powerful driver of the tourism and hospitality sectors over the past two decades (Artal-Tur, Briones-Penalver, & Villena-Navarro, 2018). About 40% of the global tourism activity is motivated by cultural and natural heritage (World Tourism Organization, 2018). Despite the increasing importance and competitiveness of cultural tourism, little is known about the actual structure and characteristics of the European cultural tourism market (Richards, 2018). Nevertheless, the Covid-19 pandemic caused a major disruption to tourism's upward trajectory (Matteucci et al., 2022). But some researchers have viewed the post-pandemic context as an ideal opportunity to reimagine tourism as a more sustainable industry (Kürüm Varolgüneş et al., 2022).

Kim, Bai, Kim, & Chon (2018) emphasize the need for more quantitative literature reviews and meta-analyses in the field. This idea is complemented by Tölkes (2018:11) further stresses the importance of who design more effective sustainability strategies in tourism, highlighting the value of evidence based findings, the identification of emerging trends, and the practical implication of studies.

Su, Aaron, McDowell & Lu (2019) argue that studies addressing the relationship between culture and tourism remains insufficient and underscore the need to ensure the sustainability of cultural tourism. Richards (2009) notes that achieving sustainability in cultural tourism is one of the field's most significant challenges. Some scholars (e.g. du Cros, 2001) advocate for the development of sustainable models of tourism planning.

Cultural tourism is define as “a form of special interest in new deep cultural experiences of an aesthetic, intellectual, emotional or psychological nature” (Han & Rahman, 2018:154). Tourists are increasingly seeking meaningful holistic experiences that foster interaction with host communities, allowing for deeper learning and cultural exchange. These experiences become memorable and play a vital role in tourism engagement and destination differentiation. This study aims to examine the current state of sustainable

cultural tourism experiences in Europa. To achieve this objective, a systematic quantitative literature review was employed. This method enables the identification of major tourism related themes, geographical areas of focus, research methodologies, emerging theories, and existing gaps in literature (Yung & Khoo-Lattimore, 2017).

Accordingly, this research aims to answer the following questions:

- In what tourist contexts is the sustainable cultural tourism experience addressed?
- Which geographic areas have attracted the most academic attention from researchers?
- What are the most frequently used methodologies to approach cultural tourism experiences?
- What are the most recent theories regarding sustainable cultural experiences in tourism?
- What are the gaps in the current body of research in sustainable cultural tourism experiences?

This paper is organized according to the following structure: Introduction, the literature review focus on the main conceptual frameworks - namely, cultural tourism, the cultural tourism experience and sustainability. The methodology section outlines the criteria used for identifying, screening and selecting relevant literature, as well as the inclusion and exclusion procedures. The results and discussion section presents and interprets the findings. The research concludes with a summary of contributions, study limitations and suggestions for future research.

2.2 Literature review

2.2.1 Cultural tourism in Europe

Cultural tourism refers to travel motivated primarily by the desire to experience and learn about the culture of a country or region. These include both tangible and intangible elements such as history, culture, lifestyles, art, architecture and religious traditions that collectively shape a society's identity. As a multidimensional concept, cultural tourism encompasses a broad spectrum of activities – ranging from visits to museums, galleries and historical landmarks to attendance at cultural festivals as well as active participating in local customs, and exploring local crafts and traditional arts. It can involve interactions with local people and communities (Richards, 2009).

Cultural tourism plays a pivotal role in socio-economic development (Futur & Nedelea, 2018). According to data from the World Tourism Organization (2018), it accounts for approximately 40% of global tourism revenue—a proportion that continues to expand (Bradshaw, 2009; Richards, 2018; World Tourism Organization, 2018). Richards (2019:1) observes that “tourism and culture have been drawn closer due to the fact that culture has become one of the major content providers for tourism experiences, and tourism has become one of the most important income streams for cultural institutions.” This mutually reinforcing relationship has generated considerable opportunities for the socio-economic advancement and cultural as well as environmental enrichment of local territories (States et al., 2015; Stoica et al., 2022).

In recognition of these dynamics, the European Union has emphasized that “culture should be considered in all policy areas, in addition to the economic importance of culture. Its role in establishing and re-enforcing identity has also played a big part in the growing interest in various aspects of heritage.” (Richards, 2000:3). The increasing relevance attributed to cultural tourism and its various subdomains has led both the European Commission and the Council of Europe to designate it as a strategic priority within the framework of sustainable tourism. In this regard, Richards (2000) presents the distinction between cultural tourism and sustainable tourism. While cultural tourism is conceived as a dichotomy between culture and tourism, sustainable tourism involves the tourist, the community, and the environment. Moreover, the community plays a decisive role in creative tourism, because it is community-based, privileges the intangible culture

and the interaction of the visitor with the resident (Richards, 2014). This interaction between the two parties is crucial in the tourist experience and it is these cultural experiences that differentiate destinations from those of their competitors.

Therefore, cultural tourism represents an enriching experience that allows travelers to immerse themselves in the local culture and gain a deeper understanding of the destination's history, traditions, and way of life. This way cultural tourism is closely related to society and increasingly looking for experiences with local culture (Richards & Fernandes, 2023).

UNWTO presented a comprehensive definition of cultural tourism stating that it is, “a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products of a tourist destination. These attractions/products report to a set of distinctive material, intellectual, spiritual, and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries as well as the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions” (World Tourism Organization, 2018:16). This is a very extensive definition, where the visitor's motivation is the key to start the discovery process that is necessary to enhance its cultural experience. It is also associated with cultural consumption, whether tangible or intangible. Richards (1996), presents a definition of cultural tourism that implies the movement of people to consume culture. This definition involves the cognitive, behavioral component and the desire to learn something new through experiences including ways of life, memories, and heritage as well as contemporary production (Richards,1996).

In Europe, cultural tourism is a popular form of tourism as it concentrates a high number of cultural attractions, monuments, and world-famous landmarks. These have been playing the role of the most important attraction for tourism in Europe in the past decades. Although the competitiveness in Europe has been growing due to the increase of cultural attractions other competitor destinations outside Europe have also been improving their cultural tourism offer (Richards, 1994). Nevertheless, in Europe the high increase of the “supply of culture, the overall growth of tourism and the concentration

of tourists in historic city centers have in a significant way contributed to the development of what has been termed ‘mass cultural tourism’”(Richards & Munsters, 2021). According to Futur and Nedelea (2018) cultural tourism, which emerged as an alternative to mass tourism associated with passive consumption, has changed from being an exclusive activity of the elite to becoming a global phenomenon.

2.2.2 Tourist experience and sustainability

Due to its complex and multidimensional nature, there is little consensus among researchers about the concept of the tourist experience (Tung & Ritchie, 2011b). The concept of the tourist experience has attracted the attention of many researchers, alongside many other questions about experiences, such as memorable experiences, (Tung & Ritchie, 2011b; Han & Rahman, 2018), customer satisfaction, (Sukanthasirikul & Trongpanich, 2016), the scale of memorable tourism, antecedents and outcomes of the memorable tourism experience (Sthapit & Coudounaris, 2018b) and cultural experience (Seyfi et al., 2019), just to cite a few examples.

The tourist experience, in general, includes all the experiences that a tourist goes through at a certain destination, it encompasses all aspects of the tourist’s visit, including the interactions with locals, the cultural and historical sites they visit and all the activities and events they participate during their trip (Oh et al., 2015). However, the more memorable experiences are more easily remembered and can have repercussions in future decisions to revisit the destination (Tung & Ritchie, 2011). Studies indicate that tourists are looking for ways to interact with different people and cultures by using real experiences (Futur & Nedelea, 2018).

Residents as well as tourists are at the heart of the tourist experience so both their needs must be met (Espeso-Molinero, 2019). According to Han & Rahman (2018), the involvement of tourists in cultural experiences increases their interest in the local culture. As Pine II & Gilmore (1998) had already noted, the degree of involvement of the tourist is related to the level of satisfaction and knowledge he seeks to acquire (Pezzi & Vianna, 2015) to promote self-development (Richards & Wilson, 2006).

In recent years, in line with the trend, more and more tourists are looking for hedonic, authentic, comprehensive, memorable and sustainable experiences. One where they can

participate actively and creatively and that reflects the local culture and meets their expectations (Seyfi et al., 2019). According to Richards (2018), the interaction between tourists and residents is a privileged experience that contemplates involvement with local culture, in this way, creating a positive memory where local engagement increases satisfaction (Chen & Rahman, 2018, Jovicic, 2016, De Bruin & Jelinčić, 2016).

Like the concepts of cultural tourism and the tourism experience, sustainability in tourism is a complex dynamic process of multiple dimensions (social, environmental, economic, and cultural) involving several agents.

The concept of sustainability applied to tourism began to be discussed in 1970, as a reaction to the rapid growth of this phenomenon and in the face of climate change, having passed to the international discussion in the Brundtland Report. This report presents the following definition: “Sustainable development is a development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”. (Keeble, 1988:41). This means that tourism should be conducted in a way that preserves the environment, supports the local economy and benefits the community making a rational use of resources.

The desired sustainable development should strike a balance between economic advantages, environmental protection, social justice and cultural integrity, meeting the needs of both residents and tourists (Pan et al., 2018) and should minimize any negative impacts generated by this activity.

In 1996, the WTO presented a set of general indicators that can be used for any type of tourism in any tourist destination, among which we can mention, “site protection, stress, social impact, development control, waste management, planning process, critical ecosystems, consumer satisfaction, tourism contribution to the local economy ” (Durovic & Lovrentjev, 2014:182). As indicators vary according to what needs to be measured and monitored, the UN has created various sustainability indicators at different levels to assist in the planning, management, and monitoring of sustainable development strategies, following Agenda 21 for sustainable development (Kristjánsdóttir et al., 2018). Initially, only economic and environmental sustainable development was contemplated, and only in 2002 was social sustainability included. Nowadays culture

As acknowledged by UNESCO (2016) in the *Guide of Good Practices for the Sustainable Development of Tourism in World Heritage*, this document focuses its approach on economic development while referring to the importance of community involvement and the benefits that can come from it. Any negative impacts should be anticipated and avoided.

In the case of cultural tourism, it is necessary to apply a set of specific indicators that contemplate the social dimension to guarantee mutual benefits for the local community and local culture, whether tangible or intangible. The economic dimension is intended to ensure that the economic needs of the local community are supported by the profits from tourism. The environmental dimension implies taking care of the carrying capacity of ecosystems.

Planning for the sustainable development of cultural tourism must anticipate problems, help to make decisions, and create long-term policies. The scope of sustainable development is so vast that, in general, it must safeguard the quality of life of communities (Durovic & Lovrentjev, 2014).

2.3. Methodology

2.3.1 Systematic quantitative literature review

As mentioned earlier in the introduction, this study aims to understand the state of the art of the sustainable cultural tourism experience in Europe. To this end, the applied methodology focused on conducting a quantitative systematic review of the literature (SQLR). Several authors are in favor of applying this method, which, through a set of rigorous and systematic procedures, allows one to identify, select, evaluate, and synthesize information, even if it is multidisciplinary (Pickering & Byrne, 2014; E. Yang et al., 2017).

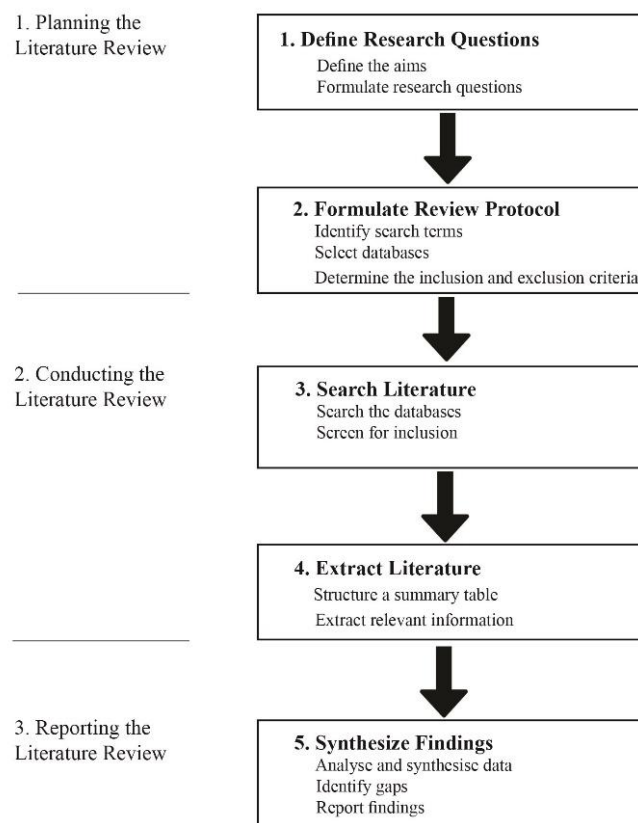
Although this method was developed in the medical sciences (Xiao & Watson, 2017); Pahlevan-Sharif, Mura, & Wijesinghe, 2019) it was later simplified and adapted to the social sciences to be able to answer specific research questions. In the field of tourism, it has been used in studies dealing with strategic development (Carter et al., 2015) gender and risk (E. Yang et al., 2017) virtual reality and augmented reality (Yung & Khoo-

Lattimore, 2017), sustainability (Kristjánsdóttir et al., 2018) sustainable communication (Tölkes, 2018) and sustainable restaurant reviews (Higgins-Desbiolles et al., 2017).

For this purpose, SQLR uses explicit and replicable methods and quantifies the information obtained (Pickering & Byrne, 2014) for detecting emerging research areas (Shishmanova, 2015; Yung & Khoo-Lattimore, 2017), it also decreases the bias and establishes the mapping information produced (Pickering & Byrne, 2014; Xiao & Watson, 2017; Yang & Fan, 2017).

Figure 2.3. 1

Systematic process



Adapted from Yang et al.(2017)

This research uses the B-on database repository, Online Knowledge Library, considering only papers in English, since, as Pickering & Byrne (2014) stated, 70% of papers in social sciences are published in English. It was determined that the chronological interval to be considered would be between 2014 to 2022 (inclusive), to privilege and include in the

study recently published papers and thus define the state of the art in the area under study (Xiao & Watson, 2017). Because it is considered that systematic literature research should include multiple databases (Webster & Watson, 2002) it focused on the following six databases: Complementary Index, Science Direct, Social Sciences Citation Index, Directory of Open Access Journals, Scielo and Scopus.

When carrying out the search, the Boolean operators AND and OR were used between the search terms (search strings): “cultural tourism” OR “cultural experience?” AND “sustainab *”. The use of an asterisk in the search term "sustainab *" made it possible to identify papers that contained terms with various formations of the word "sustainable". The use of the question mark “?” after the word “experience?” allowed the singular and plural of the word to be included in the search. The quotation mark symbol “ ” was also used to search for exact expressions. The search terms were found in the titles, keywords and abstracts of the papers (Yung & Khoo-Lattimore, 2017). These terms are purposely comprehensive to allow broader research on the topic, as proposed by (Xiao & Watson, 2017).

To delimit the research, carried out in December 2022, filters were applied according to the inclusion and exclusion criteria pre-defined in the protocol, as shown in table 2.3.1 Inclusion and exclusion criteria. In the first phase of the research, we obtained 1087 papers, by reading the titles, keywords and abstracts (Yung & Khoo-Lattimore, 2017). A total of 31 duplicated papers were excluded and 904 papers because they did not focus on the topic under analysis. 121 papers were also excluded, of which 36 were case studies that addressed the topic of research outside Europe and, although 75 studies addressed the topic of sustainability, they focused on areas other than cultural tourism or the cultural touristic experience. Papers that were not available in the selected databases were also not considered for analysis, of which 10 were identified.

After reading the papers in full, those who did not meet all the inclusion criteria (Table 2.3.1) and who had not been detected in the first screening were excluded. A backward search was also carried out (Webster & Watson, 2002) to identify relevant studies cited in the reference lists of the scrutinized papers, resulting in 2 studies to be included in the final sample, one of which is a research letter. After a discussion between the authors, it

was decided to include Jovicic's research letter (2016) because it was considered relevant to the study, which came to a total of 33 documents.

Table 2.3.1

Inclusion and exclusion criteria

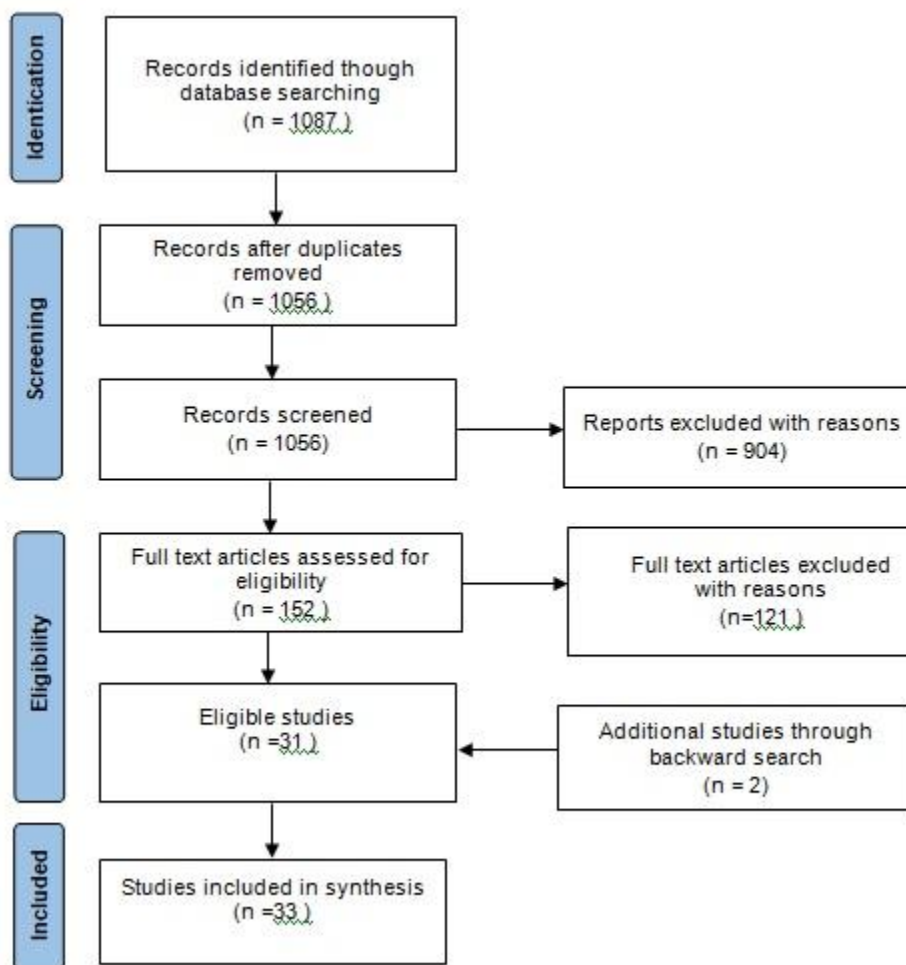
Inclusion criteria	Exclusion criteria
Scientific papers published in indexed journals	Grey literature
Papers published between 2014-2022	Papers published before 2014
English-language papers	Papers published in languages other than English
Papers available in full version in the B-on repository through the databases	Papers unavailable in the B-on repository
Peer-reviewed scientific papers	Books, or chapters, reports, conference proceedings, theses
Case studies covering Europe	Case studies other than in Europe.

The literature search process is presented in four phases:

- (i) identification, (ii) screening, (iii) eligibility (iv) presented in a PRISMA flowchart model in Figure 2.3.2, as other authors do when using this approach.

Figure 2.3.2

A Prisma flowchart



Adapted from (Moher et al., 2009)

The selected papers were exported to Microsoft Excel (Pahlevan-Sharif et al., 2019) and were coded according to the method used by Shinae (2018), with the following criteria: bibliographic data (title, author, year, journal title), nature, focus and objectives of the studies. Then the keywords, the summary, the research methods (qualitative, quantitative, or mixed methods), the context, and the identified theories were included. For empirical studies, their geographical location was also considered (Pickering & Byrne, 2014). The eligible papers were exported to the Mendeley bibliographic management software to manage citations and references (Pickering & Byrne, 2014; Xiao & Watson, 2017; E. Yang et al., 2017).

To carry out the quality assessment of the studies, no consensual approach to the literature was apparent. Consequently, as suggested by (Kim et al., 2018), it should be up to the authors to decide the method that suits them best. The authors decided to include studies of different levels of quality. It should be noted, however, that all papers are peer-reviewed and published in indexed journals.

2.4 Results and conclusions

2.4.1 Publications distribution per year

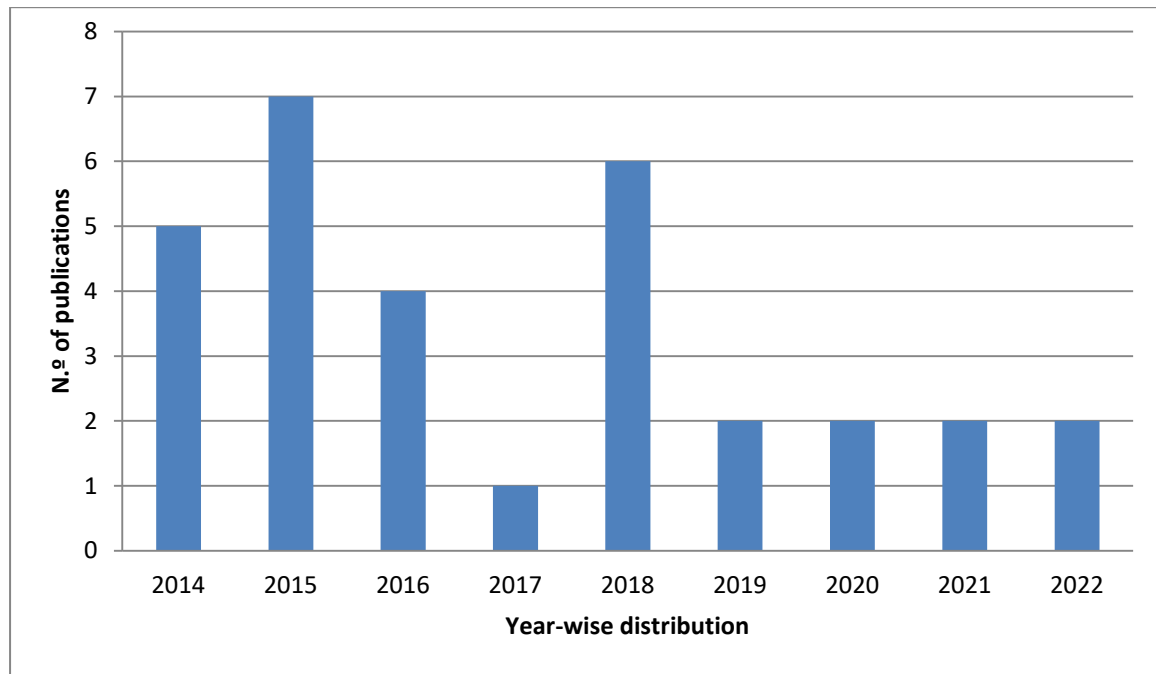
From the SQLR carried out, 33 papers from several journals were selected; *Tourism Management*, *Current Issues in Tourism*, *Sustainability* (6), *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, *Review of General Management*, *Sustainability* (3), *Bulletin of Serbian Geographical Society* (2), *Procedural-Social Behavioural Sciences* (2), *Procedia - Economics and Finance*, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, *Journal of Cultural Economics*, *Brazilian Journal of Tourism Research*, *Journal of Heritage Tourism*, *Journal of Competitiveness*, *International Journal of Cultural Policy*, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *International Journal of Architectural Heritage*, *Journal of Tourism and Cultural Change*, *Ekonomia I środowisko*, *Sustainable Tourism*.

The analysis of figure. 2.4.1 shows the distribution of studies published during the period to which the SQLR corresponds, from 2014 to 2022, referring to cultural tourism and the sustainable cultural experience in Europe. The largest concentration of studies took place in 2015, which is the year the EU composed its new agenda for sustainable development followed by 2014 and 2018 which was the European Year of Cultural Heritage.

The number of papers published on this subject, increases and decreases, whereas, according to the political agendas that encompass cultural and sustainable development, a rise in the number of publications would be expected. Although there is more research on these topics, we emphasize that the studies carried out with a focus on Europe have recently remained constant.

Figure 2.4.1

Year-wise distribution of publications



2.4.2 Research Methods

There are several methodologies used in the studies that approached cultural tourism experiences and sustainability in Europe. The choice of methodology depends on the research objectives, available sources, and the nature of the cultural tourism context being studied. Very often researchers employ a combination of methods to triangulate data and provide a more comprehensive understanding.

The research designs used by the selected papers in general were categorized into qualitative, quantitative and mixed. It appears that the majority of authors opted for qualitative studies corresponding to 69.7% of the total studies under analysis, while quantitative studies only represent 9%. The use of mixed research design corresponds to 21.2%. The most common method of investigation is the literature review (narrative). In the case studies interviews and questionnaires, followed by focus groups and in-depth interviews are widely used to collect data from tourists, local communities, and stakeholders. There is also the use of information technology to capture information on

tourists' profiles, preferences and perceptions in 3 studies, 2 carried out in Spain and 1 in Cyprus as shown in table 2.4.1.

Table 2.4.1

Research methods

Research design	Research method	Authors	N° of studies	%
Qualitative	Interviews, in-depth interviews, snowball	(Canavan, 2016)	23	69.7%
	Questionnaire	(Amaral & Figueira, 2016)		
	Literature review	(Souza et al., 2014)		
	Literature review	(Cuculovic, Mrksa, Cuculovic, et al., 2014)		
	Literature review	(Bashi, 2015)		
	Literature review	(Ristić, 2018)		
	Literature review	(Noonan & Rizzo, 2017)		
	Literature review	(Demonja & Gredič, 2014)		
	Literature review	(Rudan et al., 2021)		
	Interviews	(Stratan et al., 2015)		
	Interviews	(Yeniasır & Gökbulut, 2022)		
	In-depth interviews	(Lonardi, 2020)		
	Interviews	(Terkenli & Georgoula, 2022)		
	Literature review	(Belij et al., 2014)		
	Literature review	(Moldoveanu, Neacsu, 2018)		
	Questionnaire, focus group	(Cerquetti & Ferrara, 2018)		
	Literature review	(Zuzana & Zuzana, 2015)		
	In-depth interviews	(Stylianou-Lambert et al., 2014)		
	In-depth interviews and focus group	(Bogacz-Wojtanowska et al., 2019)		
	Conceptual	(Buonincontri, Marasco, Ramkissoon, 2017)		
Literature review	(Jovicic, 2016)			
Literature review	(Markwick, 2018)			
Interviews, non-participant observation	(Çetinkaya & Öter, 2015)			
Quantitative	Quantitative assessment, Method Kistir	(Batman et al., 2015)	3	9%
	Interviews, GPS tracking, statistical analysis	(Aranburu et al., 2016)		
	Content statistical analyses	(Cortese et al., 2019)		
Mixed	Literature review, statistical indicators	(Matei, 2015)	7	21.2%
	Focus group, App content analyses	(Ramos-Soler et al., 2019)		
	Matrix method	(Bucurescu, 2015)		
	Mckercher & du Cros, 2009			
Questionnaire, interviews	(Yeniasır, & Gökbulut, 2018)			

GBC Historical Building monitoring system	(S (1) Bertagni et al., 2018)		
SWOT analysis, Leopold matrix	(Joan Iliopoulou-Georgudaki et al., 2017)		
Benchmarking, SWOT and Pareto analysis	(Stoica et al., 2022)		
Total		28	100%

2.4.3 Geographical location of the case studies

Table 2.4.2 shows the case studies that correspond to 81.8% of the total studies under analysis. Serbia and Italy stand out with three studies followed by Cyprus, Romania, Spain, and Turkey.

Tabele 2.4. 2

Geographical location of the case studies

Countries	N° of studies	%
Albania	1	3.7%
Croatia	2	7.4%
Cyprus	3	11.1%
France	1	3.7%
Greece	2	7.4%
Italy	4	14.8%
Malta	1	3.7%
Moldavia	1	3.7%
Poland	1	3.7%
Portugal	1	3.7%
Romania	2 ^(a)	7.4%
Serbia	3	11.1%
Spain	2	7.4%
Turkey	2	7.4%
United Kingdom	1	3.7%
Total	27	100%

a) Comparative study between Paris and Bucharest, counted once

2.4.4 Research contexts

Table 2.4.3 shows the distribution of tourist contexts where studies under analysis were carried out. There is a predominance of studies on the sustainability of the cultural tourism experience in Mediterranean countries possibly due to their popularity as tourist destinations. There is a special focus on studies carried out within the context of the country itself Serbia, Albania, Moldavia, and Poland with 30%, where tourism is still in an early stage. The urban context, such as archaeological sites, museums represents 30% of the total analysis. Although the Mediterranean area is privileged due to its geographical location on the coast, the studies on coastal destinations and island destinations only correspond to 9% of the total.

Table 2.4.3

The context in which the researches were conducted

Context	Authors	N° of studies	%
Urban destination	(Cortese et al., 2019);(Cuculovic, Mrksa, Cuculovic, et al., 2014);(Moldoveau & Neacsu, 2018); (Aranburu et al., 2016); (S (1) Bertagni et al., 2018); (Buonincontri et al., 2017); (Markwick, 2018); (Rudan et al., 2021); (Lonardi, 2020); (Stoica et al., 2022)	10	30%
Rural destination	(Amaral & Figueira, 2016); (Matei, 2015);(Batman et al., 2015); (Zuzana & Zuzana, 2015)	4	12.1%
Island destination	(Canavan, 2016); (Yeniasir & Gökbulut, 2018); (Terkenli & Georgoula, 2022);	3	9%
Country destination	(Bashi, 2015); (Ristić, 2018); (Demonja & Gredič, 2014); (Stratan et al., 2015); (Bucurescu, 2015); (Belij et al., 2014); (Joan Iliopoulou-Georgudaki et al., 2017); (Bogacz-Wojtanowska et al., 2019); (Ionciă et al., 2018)(Mioara & Teodora, 2015)	10	30%
Others	(Cerquetti & Ferrara, 2018); (Stylianou-Lambert et al., 2014); (Ramos-Soler et al., 2019); (Noonan & Rizzo, 2017); (Souza et al., 2014);(Stefano Bertagni et al., 2020)	6	18.1%
Total			100%

2.4.5 Content Analysis

The SQLR demonstrated that the most addressed topics are the lack of involvement by stakeholders, namely, the local community and tour operators, in the tourism planning process. This evidence is mentioned by the following authors (Batman et al., 2015; Ramos-Soler et al., 2019) who highlight the lack of community involvement. Yenciasir et al. (2018) refer to the participation of locals in tourist activities as inseparable. Stakeholders, managers and local communities are considered the fundamental elements for sustainable development. Iliopoulou-Georgudaki et al., (2017) propose a sustainable development plan whose main characteristics are flexibility and public participation.

A common issue shared by the research done in the context of islands is the fear of loss of identity through the acculturation process as a result of tourism activity is the main worry, only the development of cultural tourism based on sustainability and including the participation of the host community its a viable option (Canavan, 2016; Terkenli & Georgoula, 2022; Yenciasir & Gökbulut, 2018).

Storytelling is mentioned as one of the ways to facilitate interaction between tourists and residents (Cerquetti & Ferrara, 2018) similarly referred to by Jelinčić & Senkić (2017). There is a need for the various tourist agents to form a network (Amaral & Figueira, 2016) both at the regional and national levels (Demonja & Gredič, 2014) through a more flexible and innovative system (Stratan et al., 2015) that provides for long-term sustainability.

There is an insufficient articulated tourist offer (Cortese et al., 2019) and as Jelinčić & Senkić, affirm “a need for more engaging tourist activities has been noted” (Jelinčić & Senkić, 2017:113).

On the other hand, the use of technology is considered a key element (Stratan et al., 2015, Ramos-Soler et al., 2019) for sustainable development, contributing to improve the quality of the tourist experience and also to improving the quality of cultural communication (Cerquetti & Ferrara, 2018). The literature also mentions the importance of creating systems for monitoring the sustainable performance of tourist destinations (Zuzana & Zuzana, 2015).

Relevant themes in the studies under analysis are also the dimension of the economy (Moldoveau & Neacsu, 2018; Noonan & Rizzo, 2017), cultural tourism and the resulting counterparts, historical rehabilitation (Bertagni et al., 2018), cultural routes and heritage preservation (Bogacz-Wojtanowska et al., 2019). The social dimension is reflected in the participation of residents in the tourist experience, and in the creation of measures to protect local culture and residents (Yeniasir & Gökbulut, 2018). Mobility, carrying capacity, and the lack of policies are some of the concerns mentioned by the authors (Joan Iliopoulou-Georgudaki et al., 2017).

2.4.6 Discussion

The state of the art of sustainable cultural tourism in Europe is continuously evolving, as tourist destinations try to balance the economic benefits of tourism with the need to preserve cultural heritage and promote sustainable practices. Based on this research it's realized that sustainable cultural experiences are a dynamic field and some several recent theories and concepts that have emerged. In Europe, it's interesting to note that it is possible to find countries that are at an advanced level of tourism development and because they have experienced problems (i.e. mass tourism), they need alternative forms of tourism development through the promotion of their cultural heritage but in a sustainable way (Cerquetti & Ferrara, 2018; Demonja & Gredič, 2014; Iliopoulou-Georgudaki et al., 2017), and on the other hand we find countries in a different stage of development where tourism is not yet so prominent and there is already a concern to do it in a sustainably (Bashi, 2015; Cuculovic, Mrksa, & Cuculovic, 2014; Matei et al., 2015; Ristić, 2018). The context in which the studies were carried out varies according to the type of destination, there are rural contexts, islands, cities, and even countries. Although in different contexts generally, they share the same concerns and evidence that performing a sustainable tourism policies is desirable.

The most used methodologies to approach cultural tourism experiences are the interviews within a qualitative research design. This can be challenging because it can be difficult to measure the intangible aspects of cultural experiences, such as

authenticity. The selection of appropriate research methods is crucial but can be complex.

This investigation also identifies the relevance attributed to the participation of stakeholders, namely, the necessary involvement of the local community in the participation of the cultural tourism experience, as previously mentioned in papers by other authors (Boyko, 2008; Jeon et al., 2016; Samsudin & Maliki, 2015)

Tourism culture is a new concept identified in the literature that results from the interaction between the host community and the visitors (Canavan, 2016). The authors of the studies identified authenticity relevant to destinations' success, preserving and presenting authentic cultural experiences emphasizing the genuine representation of local traditions, customs, and ways of life and the local people and avoiding the commodification of cultural heritage in tourism.

This research reveals evidence that cultural tourism and cultural experiences are closely related to sustainability. As Richards (2016) mentions, the motivations of the cultural tourists are to learn and experience something new. To provide a genuine tourist offer, the authenticity of the destinations and the preservation of the identity and traditions of the residents are of the utmost importance.

2.5 Conclusions and implications

This research aimed to verify the state of the art of the sustainable cultural tourism experience in Europe. More specifically, to answer the questions that enable us to know in which contexts the sustainable cultural tourism experience is approached, which geographical areas have attracted the most attention from researchers, which methodologies are most used in the approach, which are the most recent theories on the sustainable cultural tourism experience and, last but not least, to identify gaps in these investigations.

The results of SQLR are in line with what several authors have reported in other studies and are particularly important for academia and the tourism industry. They reveal the need to include stakeholders in the planning and management phases and, not least, in the monitoring of sustainable tourism, taking into account the specificities of the type of tourism, the territory, the agents, and the population.

At the industrial level, the contribution of this study suggests that marketing strategies should be rethought. The future planning for tourist destinations should consider, not only the economic, financial, and environmental impact but also take into consideration the cultural dimension. In this way, it will be possible to establish the most targeted and efficient destination differentiation. This investigation highlights the decisive way in which the absence of sustainable solutions for tourist destinations has negative repercussions on tourism in general. Sustainability appears to be a challenge that needs a comprehensive approach including the participation of all stakeholders in the region.

Overall, cultural tourism provides visitors with an opportunity to immerse themselves in the local culture, learn about the history and traditions of the destination, and gain a deeper understanding of the people, places and lifestyles they are visiting. This way cultural tourism can also play a significant role in promoting cross-cultural understanding by broadening the horizons and gaining new perspectives preserving cultural heritage and supporting local economies.

2.6 Limitations

This QSLR is also subject to limitations since the established exclusion criteria limit the sample obtained.

The study applied to scientific papers available online, where the geographical focus is Europe and written in English. This conditions the results by restricting the number of papers included. Only scientific papers were considered, which excludes many publications that could be interesting in addressing this theme. The use of this methodology reduces the bias, without however eliminating it (Pickering & Byrne, 2014).

2.7 Suggestion for future research

At the end of this investigation, several topics for future research have been considered. Suggestions are to replicate the study including other continents, to consider other databases, and to include papers published in languages other than English.

Empirical studies could be carried out to understand the profile of the cultural tourist, their needs, and motivations, with emphasis on the need to find mechanisms to correctly target these consumers to develop a range of products/experiences that meet their true expectations.

The realization of empirical studies on tourist destinations to promote knowledge yet minimize the negative impacts that may arise from tourism is another area of interest for future research.

The role of the stakeholders, their needs, and perspectives on the sustainable development of cultural tourism, should also be reviewed.

The growing presence and dissemination of information technology should not be ignored in the travel planning process, as well as during and after the visit. Therefore, it is equally important to study the use of I.T. as a means to improve the tourist experience.

References

- Almeida, A. (2018). Building tourism experience through identity decomposition – between local emancipation and international integration Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. *Lus, Revista Culturais, Estudos Journal, Lusophone Studies, Cultural*, 5, 427–442.
- Alves, D., Filho, D., & Henrique, A. (2015). O poderoso NVivo: Uma introdução a partir da análise de conteúdo. *Revista Política Hoje - ISSN: 0104-7094*, 24, 119–134.
- Amaral, M., & Figueira, E. (2016). Cooperation Between Actors For Tourism Development: The Appreciation Of Heritage And Cultural Resources In Rural Territories. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics VO-IV, IV(2)*, 132.
<http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/nso00290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.307d5b87e114c2abc98b93bee0795f4%26la>
- Aranburu, I., Plaza, B., & Esteban, M., (2016). Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter? *Sustainability (Switzerland)*, 8, 699.
<https://doi.org/10.3390/su8080699>
- Artal-Tur, Andres, Briones-Penalver, A., & Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7–18. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14101>
- Artal-Tur, Andrés, Villena-Navarro, M., & Alamá-Sabater, L. (2018). The relationship between cultural tourist behaviour and destination sustainability. *Anatolia*, 29(2), 237–251.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414444>
- Bashi, E. (2015). Cultural Heritage of Albania – A Fabulous Economic Source for the Sustainable Economic Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 89–94. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.342>
- Batman, Z. P., Demirel, Ö., & Kurdoğlu, B. Ç. (2015). Ecology-based tourism potential of Altindere Valley (Trabzon-Turkey) in regards to the natural, historical and cultural factors. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 1–12.
<https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1115442>
- Belij, S., Ilinčić, M., Belij, J., & Belij, M. (2014). Sustainable planning and tourism development policy exemplified by medieval fortresses along the river Danube. *Glasnik Srpskog Geografskog Društva VO - 94, 3, 69*.
<https://doi.org/10.2298/GSGD1403069B>
- Bertagni, S , Boarin, P., & Zuppiroli, M., (2018). The Dialogue between Structural Interventions and Sustainability Criteria in Rating Systems for Cultural Heritage: The Experience of GBC Historic Building. *International Journal of Architectural Heritage*.
<https://doi.org/10.1080/15583058.2018.1511001>
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Bogacz-Wojtanowska, E., Góral, A., & Bugdol, M. (2019). The Role of Trust in Sustainable Heritage Management Networks. Case Study of Selected Cultural Routes in Poland.

- Sustainability VO - 11, 10, 2844. <https://doi.org/10.3390/su11102844>
- Boyko, C. T. (2008). Are you being served? The impacts of a tourist hallmark event on the place meanings of residents. *Event Management*, 11, 161–177. <https://doi.org/10.3727/152599508785899910>
- Bradshaw, D. (2009). The Power of Culture for Development. *Australian Journal of Adult Learning*, 49(2), 364–381.
- Bucurescu, I. (2015). Managing tourism and cultural heritage in historic towns: examples from Romania. *Journal of Heritage Tourism*, 10, 248. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D108953247%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Buonincontri, P., Marasco, A., Ramkissoon, H., Ramkissoon, H. (2017). Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework. *Sustainability (2071-1050)*, 9, 1112. <https://doi.org/10.3390/su9071112>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6–13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229–243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Carter, R. W. (Bill., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23, 797–818. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978787>
- Cerquetti, M., & Ferrara, C. (2018). Marketing Research for Cultural Heritage Conservation and Sustainability: Lessons from the Field. *Sustainability (2071-1050)*, 10(3),774. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D128693486%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Cetin, G. (1), & Bilgihan, A. (2). (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19, 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Çetinkaya, M., & Öter, Z. (2015). Sustainable valorization of cultural heritage via tour guides: Turkish case of Ephesus ancient city. *Valorización Sostenible Del Patrimonio Cultural via Tour Guías: Caso Turco de Efeso Ciudad Antigua.*, 13, 1401. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D111931720%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(October 2017), 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Current Issues in Tourism Consumer behaviour in tourism : Concepts , influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 1–38. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>

- Cortese, F., D'Ambrosio, I., & Petracca, M. (2019). A possible synergy between culture and religion for the sustainability of tourism of Pompeii. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/su11082231>
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. In *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*. InTech. <https://doi.org/10.5772/38693>
- Cuculovic, R., Mrksa, M., Cuculovic, A., Rodoljub, Č., Milutin, M., & Ana, Č. (2014). Cultural heritage in the function of sustain development of tourism in the municipality of Vrbas. *Glasnik Srpskog Geografskog Društva VO - 94*, 94, 45. <https://doi.org/10.2298/GSGD1402045C>
- De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016). *Toward extending creative tourism: participatory experience tourism*.
- Demonja, D., & Gredič, T. (2014). Exploring the “cultural tourism-sustainable development” nexus: The case of Croatia. *Analele Stiintifice Ale Universitatii Al I Cuza Din Iasi - Sectiunea Stiinte Economice*, 61(2), 161–179. <https://doi.org/10.2478/aicue-2014-0012>
- Dessein, J., Soini, K., Fairclough, G., & Horlings, L. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. In *University of Jyväskylä (Issue January)*. <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Roldán, J. L. (2019). The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 491. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D138734024%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrotheme Review*, 3(7), 180–189. http://macrotheme.com/yahoo_site_admin/assets/docs/19MR37mj.202135138.pdf
- Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. (Spanish). *Cultural Tourism Trends. (English)*, 17, 1101. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D140755390%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Fazenda, N. (2016). *Laboratório Estratégico Algarve, Estratégia Turismo 2027 Portugal*.
- FCT. (2019). *Agenda Temática de Investigação e Inovação, Turismo, Lazer e Hospitalidade*.
- Futur, L. M., & Nedelea, A. M. (2018). Cultural Tourism. *Revista de Turism - Studii Si Cercetari in Turism*, 25, 1. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.8a3ac7bc5e1c41d5a4ce07f66086487a%26l>
- Garg, P., & Pandey, A. (2021). Towards sustainable tourism: an empirical investigation. *Foresight*, 23(2), 188–200. <https://doi.org/10.1108/FS-04-2020-0042>
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. (2003). *Tourism, principles, practices, philisophies*.
- Gonçalves, A. R., Oliveira, A. P. D., & Santos, C. F. (2015). *Fragmentos para a história do turismo no Algarve*. Centro de Estudos em Património, Paisagem e Construção -

- Universidade do Algarve. <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/8743>
- Halim, S. A., & Ishak, N. A. (2017). Examining Community Engagement In Heritage Conservation Through Geopark Experiences From The Asia Pacific Region. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies*, 35, 11. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127161954%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Hatipoglu, B., Alvarez, M. D., & Ertuna, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: The case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306–317. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.059>
- Henriques.C.H. (2019). “Turismo Cultural como vetor de Sustentabilidade nas Cidades. Cultural Urban Tourism and its sustainability.” *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol.2, n^o, 327–352.
- Henriques, C. (2014). Algarve Turismo Cultural. *Revista Turismo Em Análise*, 25, 497. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v25i2p497-499>
- Higgins-Desbiolles, F., Moskwa, E., & Wijesinghe, G. (2017). How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1551–1580. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1383368>
- Iliopoulou-Georgoudaki, J., Theodoropoulos, C., Konstantinopoulos, P., & Georgoudaki, E.. (2017). Sustainable tourism development including the enhancement of cultural heritage in the city of Nafpaktos–Western Greece. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 24, 224–235. <https://doi.org/10.1080/13504509.2016.1201021>
- Ionciã, D., Ionciã, M., Petrescu, E.-C., & Atanase, A. (2018). Protecting National and Cultural Heritage While Promoting Cultural Tourism in Romania – Unsolvable Dilemma or Missed Opportunity? *Cactus VO - XVIII*, 2, 6. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.633a275fd33c4528bfbf83335936db26%26l>
- Jelinčić, D. A., & Senkić, M. (2017). Creating A Heritage Tourism Experience The Power of the Senses. *Stvaranje Doživljaja u Turizmu Baštine. Snaga Osjetila.*, 47(40), 109. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127079829%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Jeon, M. M., Desmarais, E., Kang, M. (Michelle) M., & Desmarais, E. (2016). Residents’ Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 105–123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19, 605–612. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Katriina Soini, Elena Battaglini, Inger Birkeland, N. D., & Graham Fairclough, L. H. and J. D. F. and L. H. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability. In *Culture in, for and as*

- Sustainable Development. <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Kim, C., Bai, B., Kim, P., & Chon, K. (2018). Review of reviews: A systematic analysis of review papers in the hospitality and tourism literature. *International Journal of Hospitality Management*, 70(October 2017), 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.023>
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51, 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 422. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2018.1561703>
- Kristjánsdóttir, K. R., Ólafsdóttir, R., & Ragnarsdóttir, K. V. (2018). Reviewing integrated sustainability indicators for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 583–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1364741>
- Kürüm Varolgüneş, F., Çelik, F., Del Río-Rama, M. de la C., & Álvarez-García, J. (2022). Reassessment of sustainable rural tourism strategies after COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 13(July), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944412>
- Ladkin, A., & Martinez Bertramini, A. (2002). Collaborative tourism planning: A case study of Cusco, Peru. *Current Issues in Tourism*, 5, 71–93. <https://doi.org/10.1080/13683500208667909>
- Lonardi, S. (2020). Sustainable tourism and intangible cultural heritage: The cimbrian language in Iuserna/Lusèrn and Giazza, Italy. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 51–63. <https://doi.org/10.2495/ST200051>
- Markwick, M. (2018). Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development. 6825. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1293674>
- Matei (Titilina), F. D., Daniela, F., & Titilina, M. (2015). Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 23(2nd Global Conference On Business, Economics, Management And Tourism), 453–460. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00584-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00584-5)
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning the futures of cultural tourism. *Futures*, 142(June 2021), 103013. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013>
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.1002/jtr.346.abs>
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, 539–548. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.018>
- Minh, H. V., Lam, T., & Prabhakaran, S. (2021). Perceptions of Key Stakeholders Towards Sustainable Tourism Development: A Case Study in Mekong Delta, Vietnam. *Journal of Asian Finance*, 8(4), 717–0726. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0717>
- Ministério da Economia. (2017). Estratégia 2027. *Estratégia 2027*, 66. http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf
- Mioara, B., & Teodora, M. I. (2015). The Implication of International Cooperation in the Sustainable Valorisation of Rural Touristic Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.377>

- Moher, Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & Grp, P. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement (Reprinted from *Annals of Internal Medicine*). *Physical Therapy*, 89, 873–880. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Moldoveau, M., & Neacsu, P. (2018). Knowledge, Information, Value In Sustainable Tourism. *Review of General Management*, 28, 92. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D133658700%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Moniz, F., & Simão, J. (2019). A percepção dos stakeholders sobre o desenvolvimento turístico - o caso da ilha de São Miguel, Açores. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 975–988. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.069>
- Noonan, D. S., & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. In *Journal Of Cultural Economics* (Vol. 41, Issue 2, pp. 95–107). <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9300-6>
- Oh, H., Fiore, A., & Jeoung, M. (2015). *Measuring Experience Economy Concepts : Tourism Applications*. 46(November 2007), 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- ONU. (2016). 17 Objetivos para Transformar o Nosso Mundo. *Guia Sobre Desenvolvimento Sustentável*, 1–38. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1411-4>
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 158–165. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.001>
- Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635, 452–469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>
- Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo Em Análise*, 26(1), 165. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i1p165-187>
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). *The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers*. 4360. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.841651>
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. (1998). *Welcome to the Experience Economy*.
- Portugal, T. de. (2016). *Relatório de Sustentabilidade*.
- Qiu, Q., Zheng, T., Xiang, Z., & Zhang, M. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/SU12010132>
- Quivy, R. (1995). *Raymond Quivy Manual de Investigação em Ciências Sociais*. <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf>
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A.-M., & Campillo-Alhama, C. (2019). ICT and the Sustainability of World Heritage Sites. Analysis of Senior Citizens' Use of Tourism Apps. *Sustainability VO - 11*, 11, 3203. <https://doi.org/10.3390/su11113203>
- Richards, G. (1994). Cultural tourism in Europe. In *Progress in tourism, recreation and hospitality management: Volume 5*. (pp. 99–115). John Wiley & Sons Ltd. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19941803480>
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. In *Cultural tourism in*

- Europe. (pp. 19–45). CAB INTERNATIONAL.
- Richards, Greg. (2000). *The Development of Cultural Tourism in Europe* Greg. 1–27.
- Richards, Greg. (2009). Turismo Cultural: Padrões e implicações. *Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências*, 25–48. https://www.researchgate.net/publication/305279908_A_questao_da_autenticidade_-_do_objetivismo_a_fenomenologia_do_turismo
- Richards, Greg. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, Greg. (2014). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. *Academia.Edu*, 2014, 21–39. <https://doi.org/10.1111/j.1742-1241.2009.02134.x>
- Richards, Greg. (2016). *European Cultural Tourism : patterns and prospects*. September.
- Richards, Greg. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, Greg. (2019). Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *Tourism Review*, April 2019. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>
- Richards, Greg, & Fernandes, C. (2023). Cultural Tourism During the Covid-19 Pandemic in Portugal. *Tourism, Culture and Communication*, 23, 219–231. <https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683427>
- Richards, Greg, & Munsters, W. (2021). *The Study of Cultural Tourism in Ten Models - Wil Munsters*. May.
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Ristić, Z. (2018). Cultural Tourism As A Unique Form Of Sustainable Tourism - Cultural Resources As Tourism Offer Factors. *Kulturni Turizam Kao Poseban Oblik Održivog Turizma – Kulturni Resursi Kao Činioci Turističke Ponude.*, 1(17), 63–71. <https://doi.org/10.7251/zrefis1817063r>
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(September), 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Rudan, E., Krstinić Nižić, M., & Šverko Grdić, Z. (2021). Effect of Circular Economy on the Sustainability of Cultural Tourism (Croatia). *Ekonomia i Srodowisko*, 76, 120–138. <https://doi.org/10.34659/2021/1/7>
- Samsudin, P. Y., & Maliki, N. Z. (2015). Preserving Cultural Landscape in Homestay Programme Towards Sustainable Tourism: Brief Critical Review Concept. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 170(AcE-Bs 2014 Seoul (Asian Conference on Environment-Behaviour Studies), Chung-Ang University, Seoul, S. Korea, 25-27 August 2014), 433–441. <http://10.0.3.248/j.sbspro.2015.01.004>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Shishmanova, M. V. (2015). Cultural Tourism in Cultural Corridors, Itineraries, Areas and Cores Networked. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 246–254.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.382>

- Souza, A. G. De, Brito, M. P. de, Farias, S. A. de, & Brito, M. P. de. (2014). Cultural dimensions and image: an essay on the impacts of masculinity and individualism on the interpretation of the sustainability of tourism destinations. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo* VO - 8, 8(2), 238. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.723>
- States, M., Educational, N., Akka, S., Sena, M., Techo, P., & Sen, H. (2015). *Siem Reap Declaration on Tourism and Culture – Building a New Partnership Model*. 1–5.
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018a). *Memorable tourism experiences : antecedents and outcomes*. 2250. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Stoica, G. D., Andreiana, V. A., Duica, M. C., Stefan, M. C., Susanu, I. O., Coman, M. D., & Iancu, D. (2022). Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14095678>
- Stratan, A., Perciun, R., & Gribincea, C. (2015). Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 116–121. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.346>
- Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 566. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.874420>
- Su, X., Li, X., Chen, W., & Zeng, T. (2020). Subjective vitality, authenticity experience, and intangible cultural heritage tourism: an empirical study of the puppet show. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(2), 258–271. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1740141>
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C., & Lu, D. D. (2019). Sustainable synergies between the cultural and tourism industries: An eciency evaluation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236607>
- Sukanthasirikul, K., & Trongpanich, W. (2016). Cultural Tourism Experience On Customer Satisfaction: Evidence From Thailand. *Journal of Economic and Social Development (Varaždin)* VO - 3, 1, 17. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/nso00290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.930e5cae8fe43ada97b053faf8412e5%26la>
- Taylor, E. (2016). *Culture, tourism and sustainability: an ethnographic study of rural community development in Jamaica*. June, 309. <http://curve.coventry.ac.uk/open>
- Terkenli, T. S., & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from cyclades, Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445–461. <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220–232. <https://doi.org/10.1002/sd.384>
- Tölkes, C. (2018). Sustainability communication in tourism – A literature review. *Tourism Management Perspectives*, 27(March), 10–21.

<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>

- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- UNESCO. (2019). *Culture 2030 Indicators*.
- UNESCO, W. H. C. (2016). *Sustainable Tourism Online Toolkit Guide 1 Understanding tourism at your destination*.
- Ursache, M. (2015). Tourism – Significant Driver Shaping a Destinations Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.348>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- WCED. (1987). The Brundtland Report: “Our Common Future.” *Medicine and War*, 4(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Weber, F. (2017). *Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations*. BEST EN Think Tank XVII : Innovation and Progress in Sustainable Tourism 14-17 June 2017 International Center for Sustainable Tourism. June.
- Webster, J., & Watson, R. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26(2).
- World Tourism Organization, & World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2020). *Big Data in Cultural Tourism and Enhancing Competitiveness*.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2017). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Yang, E., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management*, 58, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>
- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2018). Perception and Attitudes of Local People on Sustainable Cultural Tourism on the Islands: The Case of Nicosia. *Sustainability VO - 10*, 10(6), 1892. <https://doi.org/10.3390/su10061892>
- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2022). Effectiveness of Usage of Digital Heritage in the Sustainability of Cultural Tourism on Islands: The Case of Northern Cyprus. *Sustainability (Switzerland)*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063621>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2017). New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>
- Zuzana, J. J., & Zuzana, L. L. (2015). Monitoring System of Sustainable Development in Cultural and Mountain Tourism Destinations. *Journal of Competitiveness*, 7(1), 35.

<https://doi.org/10.7441/joc.2015.01.03>

Capítulo 3 - Moving towards sustainable cultural tourism experiences: a participatory journey – the stakeholder’s perspective

Abstract

This research analyses the stakeholders' perception of sustainable cultural tourism experience development. A case study is presented; the chosen place is a council in the Algarve, south Portugal; a mature destination, where the sun and beach are the main attractions. A qualitative approach was used through interviews with key stakeholders, directly and indirectly, involved in tourism. The multidimensional analysis shows the relevant findings on how the stakeholders perceive their cultural resources and offer. The concepts of cultural identity, authenticity, cultural preservation, community well-being, pride, and community empowerment emerged, primarily through their intangible cultural heritage. It was observed that stakeholders consider local people as their most significant cultural resource. Thus, they are also the source of unique, meaningful, and memorable cultural and sustainable experiences.

Keywords: stakeholders, cultural tourism experience, sustainability, sustainable experience, cultural sustainability, Nvivo

3.1 Introduction

All tourist activity has a significant impact on economic, social, cultural and environmental levels. The tourism phenomenon has been growing in recent decades, with a broader diversity of tourist destinations also emerging and, consequently, the competitiveness among them, which seek, at all costs, to differentiate themselves from each other. This increase also affects cultural tourism, and the demand for tourist experiences leads the authors to question the sustainability of tourism activity, tourist destinations, and its residents' quality of life. On the one hand, this increase in tourism demand means more economic opportunities that can contribute to the conservation and revitalisation of historic areas, cultural heritage, and the diversification of the cultural offer. On the other hand, the increasing number of tourists also causes a change in the *modus vivendi* of the inhabitants and their cultural values. The increasingly conscious and informed consumer is looking for alternatives to reduce its ecological footprint, with a

growing trend due to concern about his travels' impact on the destination (Cohen et al., 2014). Thus, when tourist activity is sustainable, it can motivate tourists and generate positive effects on consumer preferences and choices, which, however, depends on the level of knowledge on sustainability (Garg & Pandey, 2021).

Culture is a crucial element in the differentiation of destinations and promotes sustainable development (Dessein, Soini, Fairclough, & Horlings, 2015), contributing to preserving authenticity, attenuating seasonality, and developing complementary products (Futur & Nedelea, 2018; Henriques, 2014). Based on these assumptions, there is a recognition of gaps in research concerning the synergy between culture and tourism and how to ensure its sustainability in the integration of cultural and tourism industries (Z. Su et al., 2019).

In this chapter, the authors analyse a council in the Algarve, a district in the south of Portugal; a mature coastal destination, where the sun and beach have been the main attraction, with a high seasonality index (FCT, 2019). Although it continues to be the most representative of the region, nature tourism and cultural tourism (which attract tourists more concerned with sustainability) are expanding and are increasingly promoted and supported by the Algarve Tourism Region. Its growth potential is not only high but also necessary.

The council of Olhão was somewhat apart from the tourism development that has taken place in general in the Algarve region. Partly because it does not have direct access to the beach (islands), so it is not attractive for the same reason that tourists come to the Algarve, but also because its main industrial activity linked to fishing and canning made it an unattractive place (Gonçalves et al., 2015).

To better understand this problem, this chapter establishes the objective of assessing stakeholders' perceptions regarding the relevance of the cultural offer and cultural resources to the development of sustainable cultural tourist experiences using a qualitative methodology. Due to the depth of the information that was intended to be obtained, this qualitative approach uses semi-structured interviews (Quivy, 1995). The interview guide was defined and approved by a panel of experts based on the literature review. Key stakeholders were identified, and 30 interviews were undertaken with local

and regional government authorities, residents, associations and players in the tourism industry. Interviews took, on average, 50 minutes, and were recorded and transcribed.

The content of the interviews was analysed according to the research objectives, for which the software Nvivo was used (Alves et al., 2015). After the codification process, a structural model was created, and it allowed an exploratory search of the data collected and framework matrices were generated. This methodology enables assessing stakeholders' perceptions regarding the relevance of the cultural resources and offers and their potential and how it can be structured to develop sustainable cultural tourism experiences.

3.2 Theoretical background

3.2.1 Culture in tourism

Culture is a complex and dynamic concept to define and much has been written about culture and tourism (Csapo, 2012). The symbiotic relationship between those two results in cultural tourism. According to previous research, this definition can vary depending on the perspective of the demand or the supply. For McKercher, Ho, & du Cros (2005) cultural tourism depends on the destination's cultural assets to create products for tourists' consumption.

Richards (1996) presents a broader definition where people are motivated to travel by their intention to gather new information and experiences to supply their cultural needs.

In the past museums and monuments were the main reason for cultural tourists to travel, to visit the traditional cultural sites but as the shift occurred culture in tourism has a broader scope and included performing arts, a proliferation of events and festivals, the introduction of creative activities and recently a shift from tangible cultural heritage to intangible heritage (Andrés Artal-Tur et al., 2018).

In this research, culture includes a set of cultural resources (tangible and intangible) including cultural heritage, experiences, knowledge, identity, values, beliefs, traditions, customs, cuisine, and sense of place used in *sustainable development* (Taylor, 2016:32).

Nowadays culture is recognized as a key element in the differentiation of destinations and promotes sustainable development (Dessein et al., 2015), contributing to preserving authenticity, attenuating seasonality and providing the development of complementary products (Futur & Nedelea, 2018; Henriques, 2014). The World Tourism Organization (2020) identified several benefits as a result of this relationship between culture and tourism, namely: it enriches the visitors' experiences, and facilitates intercultural dialogue and cultural appreciation while enabling access to culture to a broader audience.

Culture matters in sustainable development (Katriina Soini, Elena Battaglini, Inger Birkeland & Graham Fairclough, 2015:14) as tourism is recognized as a development-promoting activity in which *cultural tourism gains prominence as a force capable of transforming destinations, traditions and lifestyles* (Henriques, 2019: 37). Tourism activity relies on the existence of cultural resources and offers to attract visitors. Recent literature highlights intangible cultural heritage (ICH) as a driving force for tourism (S. Kim et al., 2019; Qiu et al., 2020; X. Su et al., 2020).

Cultural resources are vulnerable to intense tourism activity (Cetin & Bilgihan, 2016), conservation and safeguarding of those resources, tangible and intangible, are a primary measure to achieve culturally sustainable tourism development. The quality of the resources and the cultural offer of a tourist destination determine the attractiveness of the tourism products and, consequently, arouse the cultural tourists' interest. This attractiveness can be achieved when cultural tourism follows the principles of sustainability (Greg Richards & Munsters, 2021). These principles integrate the management of cultural heritage and tourism activities with the local community, generating social, environmental and economic benefits for all stakeholders and considering the quality of life of the host community and the quality of the visitor experience. Holistic planning is necessary through set established strategies for the long-term preservation of resources (UNWTO, 2023).

3.2.2 Stakeholders and sustainable tourism

The participation of the stakeholders in sustainable tourism is becoming an emerging theme for academia and industry (Minh et al., 2021; Roxas et al., 2020; Waligo et al.,

2013). Based on previous research, stakeholders are part of the tourism process and are considered the main support for a successful sustainable tourism implementation (Byrd, 2007). Goeldner and Ritchie (2003), to identify the stakeholders in tourism destinations, refer to residents, local companies, media, employees, government, competitors, tourists, business associations, activists, and tourism developers.

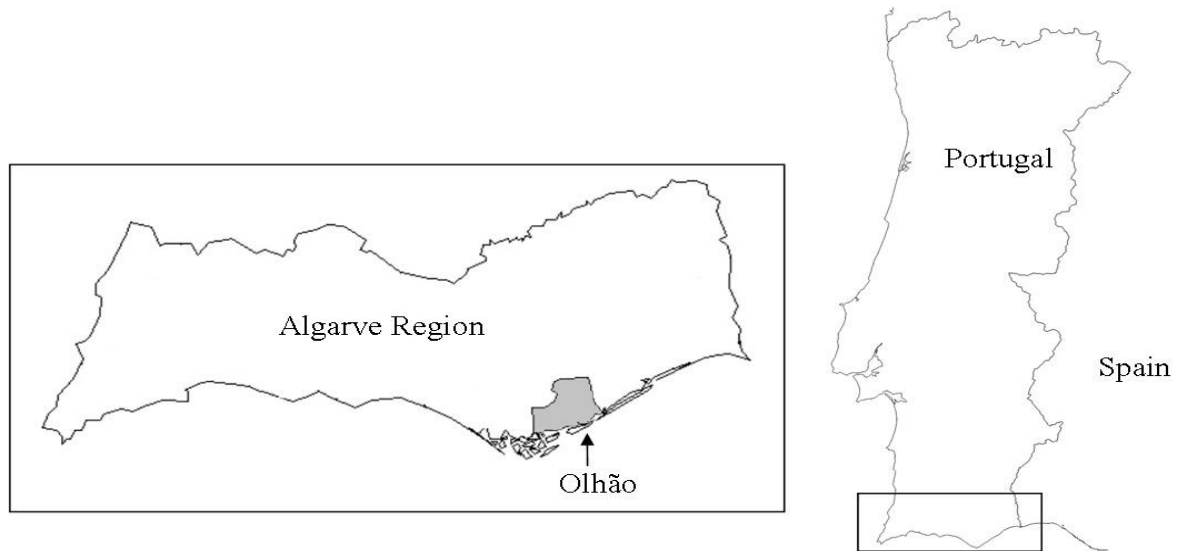
Timur and Getz (2008) refer to the public and private sectors and the local community as the main active players. The literature suggests that stakeholders in tourism are heterogeneous groups with different interests and levels of knowledge about sustainable planning, and shows that the ones participating more in the planning of tourism are also more receptive and supportive towards sustainability and the involvement of local people (Hatipoglu et al., 2016).

However, this joint effort faces a set of challenges such as the absence of a common vision and objectives for long-term planning amongst the stakeholders, *the lack of expertise and training of tourism planning authorities, political traditions that favour centralisation of authority, lack of funding, lack of interest or commitment by stakeholders, competition for the same resources, lack of long-term or strategic planning, and a lack of consensus on specific structures and processes* (Ladkin & Martinez Bertramini, 2002: 75). Moreover, the same authors advocate that factors like the motivation, personality and perceived roles of the stakeholders can also influence the success of this process. Thus, the stakeholders' level of involvement and interest and proper planning, coordination and management of the tourism institutions and tourism destinations contribute effectively to its success (Minh et al., 2021). Recently, there has been an effort to consider the participation of the various stakeholders to plan in a more collaborative way involving the community.

3.3 Methodology

This research took place in Olhão, a council located in the Algarve, south Portugal as Figure 4.1 shows Olhão is a county with four towns in the central area of the Algarve occupying a territory of 130km² (INE, 2021), extending from the Ria Formosa (a protected natural area located on the coast) to the hills in the interior. Olhão is 12 km from Faro International Airport and approximately 50km from the Spanish border.

Figure 4.1
Map of Olhão



Adapted from d-maps.com

Olhão is part of the Ria Formosa Natural Park, one of the most important wetlands in Europe, and was considered in 2004 by the International Union for Conservation of Nature as a wetland of worldwide interest (CMO, 2021). Despite Olhão being on the coast, there is no direct access to the beach but a unique experience at any time of the year is provided by the ferry services that serve the islands for the inhabitants, locals and tourists.

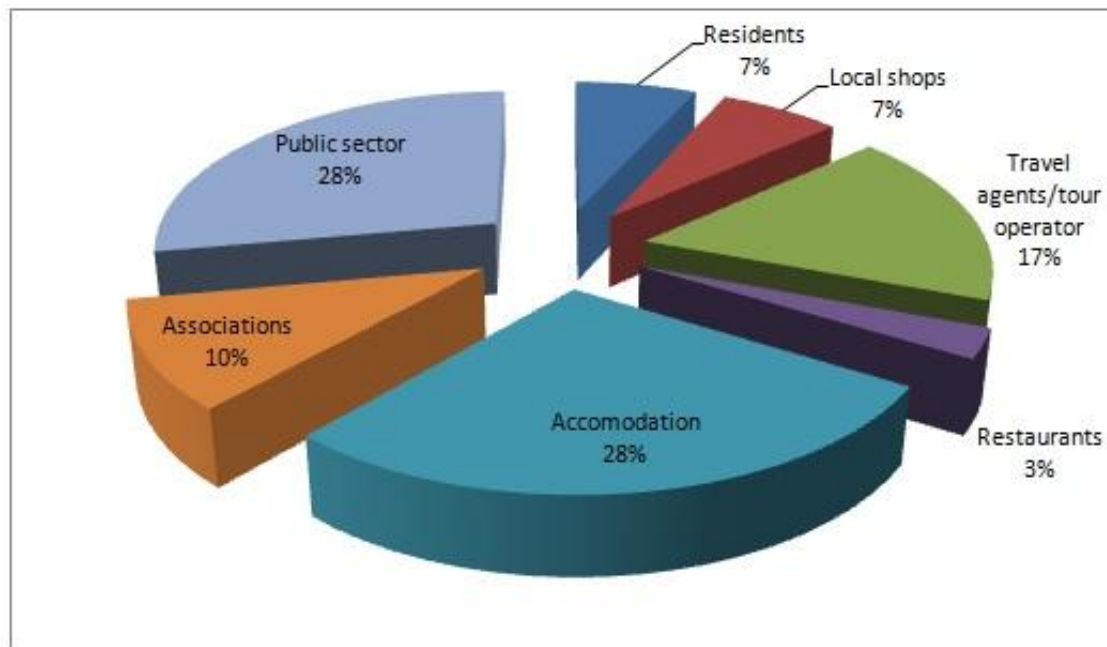
The Ria Formosa is made up of a great diversity of ecosystems: islands, beaches, dunes, salt marshes, lagoons and canals. It is also occupied by an enormous variety of flora and fauna, including numerous species of birds. This system has many unique features including long beaches formed of golden sands and crystal clear waters. With the largest fishing port in the Algarve, the fishing industry was the main activity (CMO) since the nineteenth century.

In recent years, the increase in tourist demand registered in Olhão has been very significant and unprecedented. The growth of unplanned tourism can jeopardize preserving a territory's cultural resources, traditions and identity. Thus, it is essential to

plan to include as many stakeholders as possible involved with tourism activity and their views on this phenomenon. Olhão has a population of 44643 inhabitants of whom 5079 are foreign residents with legal resident status (INE, 2021). This case study encompasses 30 interviewees in English and Portuguese language, and the sample includes the public sector (27%), private sector (50%), associations (10%), and residents (13%). In Figure 4.2, it is possible to see the sample in detail; the private sector is diverse and includes accommodation, restaurants, local shops, travel agents and tour operators.

Figure 4.2

Interviewed stakeholders



Data analysis was carried out using qualitative data analysis software NVivo (framework matrices) to condense a large volume of data from the interviews. An inductive content analysis was performed to classify and categorize the findings (Elo & Kyngäs, 2008). Based on the literature, the main dimensions were identified, which are: culture, experience, sustainability and stakeholders, other subcategories emerged during the codification process. The interview guidelines and references supporting the dimensions of the interview are in Appendix B and C.

3.4. Results

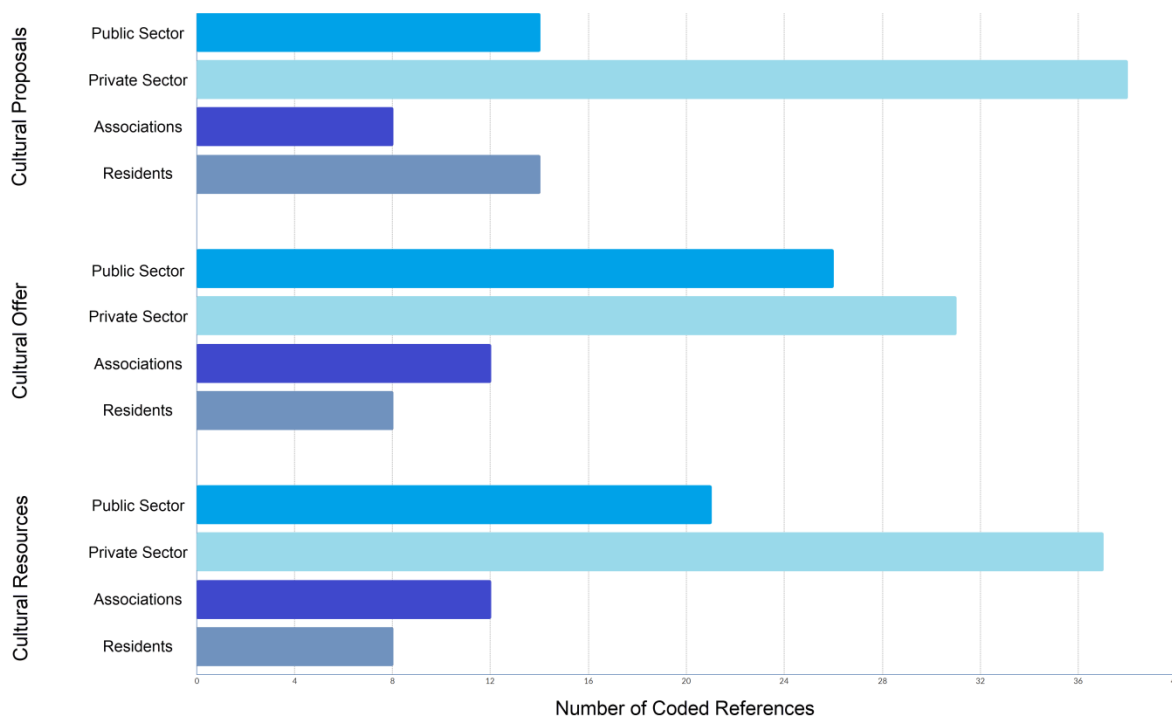
3.4.1 Cultural dimension

3.4.2 Cultural tourism resources

In the analysis of the dimension of culture, the following subcategories were identified: cultural resources, cultural offers and cultural proposals. In Figure 5.1 the private sector stands out for having the largest number of codifications; this can be explained because the sample is related to the proportion of sectors. In contrast, the public sector identifies more offers and resources and does not present as many proposals. However, we can observe that the private sector can identify more resources and suggest cultural proposals.

Figure 3.4.1

Cultural offers, resources and proposals by sector



Regarding cultural resources, the interviewees refer, to the main resource of the destination the local people.

“Its people are also peculiar, it makes us feel positively its locality, its identity, the

friendly people, welcoming in general terms” (ESA26,05-20-2020).

The interviewees representing the private, public and associative sectors perceive the people from Olhão to have strong character, with a unique identity, traditions and knowledge embodied and call it *olhanensidade* (ESPR27, 05-20-2020) the greatest asset is to be *olhanense* (ESP4, 05-06-2020).

As part of the main cultural resources, the interviewees also highlighted the town in general, the old quarters due to the uniqueness of the architecture in particular.

“What really makes us unique is our people, we say that the historic area of Olhão is nowhere else in the world, it's true, that's what distinguishes us”. (ESA32, 05-22-2020)

The markets and the architecture can be seen in Figure 5.2 and specifically the cube-shaped, whitewashed houses with large overlapping terraces as shown figure 5.3, these dwellings form a unique sight of agglomerated cubes in the old quarters of the town.

“The roofs, all that life on the roof terraces that is definitely unique in Olhão and very special”. (ESPR12, 05-12-2020)

Figure 3.4.2

Olhão, city view with the market buildings on the front



Algarve Drone, 2021

Figure 3.4.3

Olhão, roof terraces view



It was found that the interviewees recognize the intangible heritage as an essential asset of their identity.

“Olhão has a soul (...) Olhão has a soul and has great potential”. (ESPR10, 05-09-2020)

According to the stakeholders interviewed, the people of Olhão have peculiar characteristics found in their personality, way of speaking and welcoming visitors. Nowadays, it is still present in its traditions and cultural identity. The foreigners who live in the municipality also have a sense of place.

“It's the spirit of the place that keeps us here”. (ESPR27, 05-020-2020)

Gastronomy is also a cultural resource of great quality and an element of differentiating and memorable experiences.

“Gastronomy is an experience that you carry in your belly and you won't forget it”. (ESPR22, 05-12-2020)

Figure 5.4 expresses the typology of the cultural tourism resources identified in Olhão. This model shows the typology of the cultural tourism resources at a tourist destination. It can systematize and analyze tourist cultural resources and apply them to cities, regions or countries (Richards, 2021). This research found one more main category *Local People*, and one subcategory under the category *Attraction: Intangible cultural heritage*. Those two are strongly associated with the attractiveness and potential for the competitiveness of the place. Regarding community participation, prior literature has already pinpointed a people-centred approach where they are part of the decision-making process and an important part of development.

3.4.3 Cultural tourism offer

The general opinion of the respondents about the existing cultural offer is that it's limited and very little diversified. However, the various existing festivals were identified with great prominence for the Seafood Festival.

“Olhão is the land of the Seafood Festival, basically, it is a poor offer in cultural terms, but economically there is no doubt that it attracts a lot of people, we could always have a better offer (ER20,05-10-2020)”.

Although the cultural offer is considered limited, respondents believe that there is a lot of potential to grow and innovate. The cultural events attract residents but do not attract tourists, especially the younger generations, and they do not attenuate seasonality.

“There is not enough offer, especially for the youngest, certainly for the youngest, there is not enough offer to attract them in the winter period (ER30, 05-15-2020)”.

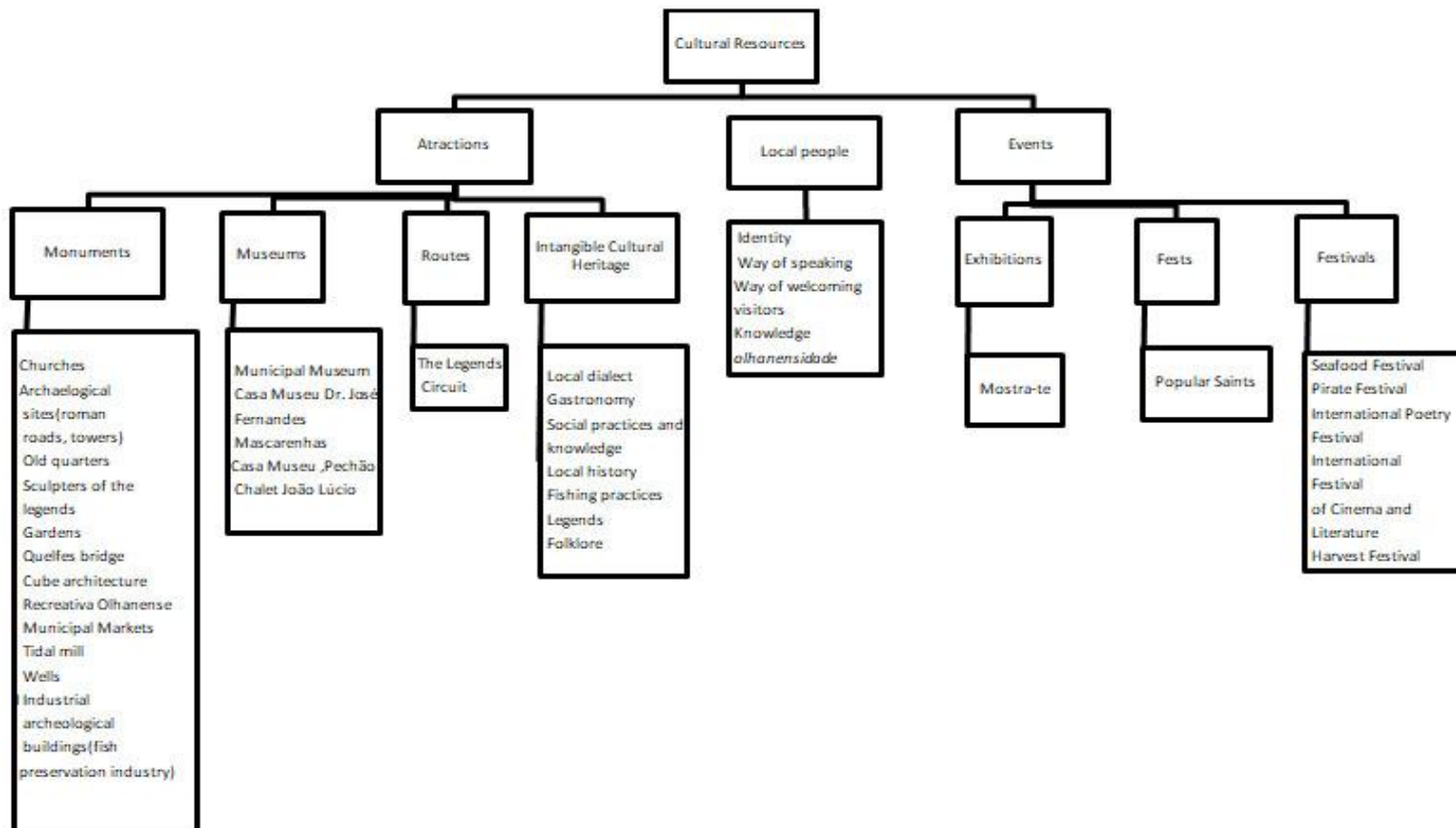
“On the other hand, the cultural events that take place are qualified as of great quality.

The concerts at the Conservatório de Música de Olhão are very good with great quality”. (ESP3, 05-09-2020)

The role of associations in the cultural dynamic and promotion of the municipality providing a cultural programme is also relevant as well as in terms of representation of the community and its traditions.

Figure 3.4.4

Model of typology of the cultural tourism resources applied to Olhão



Adapted from Richards and Munsters (2021)

“The clubs and associations in the heritage and cultural part must be reserved a very important role, they are very much a living memory of these things” (ESA33, 05-07-2020).

Some stakeholders pointed out that they are unaware of the existing cultural offer because it is of little relevance; it was found that a few stakeholders across all sectors, shared this opinion.

3.4.5 Cultural proposals

The cultural offer is seen as a way to reduce seasonality when it presents a structured, diversified offer throughout the year, continuously to create a habit. As mentioned in one of the interviews:

“To come at another time of the year doing a certain cadence so things don’t get done twice and then never happen again”. (ESP4, 05-09-2020)

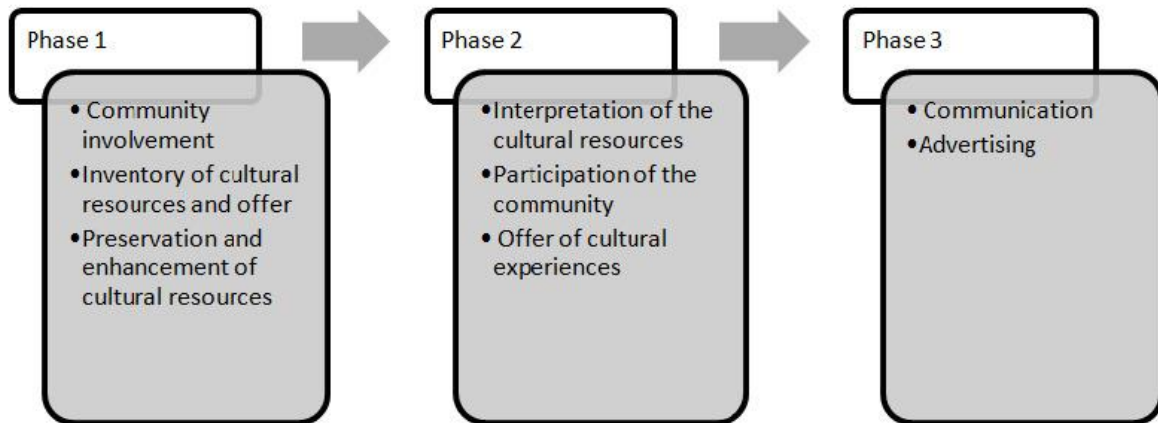
Lack of interpretation of the cultural resources is a recurrent concern. Residents refer to it thus:

“It is necessary to interpret the heritage, give meaning and communicate this information”. (ER38, 05-24- 2020)

Based on the stakeholder's opinion, we can resume how the cultural offer should be structured in Figure 5.5. A three-phase process starts with identifying and inventorying the cultural resources and offers, preserving and protecting the local community. This seems to contribute to the community’s well-being. There is a second phase of building and implementing meanings, and facilitating experiences and the third phase, the communication and advertising of those experiences. The community's involvement in the whole process is considered essential, especially in interpreting the heritage to preserve cultural values and avoid excessive commodification of the local resources and local culture in general.

Figure 3.4.5.1

Phases of creating cultural tourism offers (CTO) according to the stakeholders



Creative tourism is a way to link tourism with other industries and relationships between people and networks. Experiences based on traditional activities, creation of routes, cultural walks and activities in the Ria Formosa, preserve and rehabilitate the heritage in all local parishes.

“We have this vibrant Portuguese community, and we have a very creative and artistic community, and they love it for the combination of architecture and light and all the rich variety of what we have, and people who come to Olhão love it for that”. (ESPR12, 05-20-2020)

The interviewed stakeholders also mention that cultural spaces should be preserved. This would value the archaeological legacy of the county, creating cultural spaces that favour the fishing arts, canning industry and cod fishing. Additionally highlighted was the preservation of the natural landscape with symbolic and historical value (Cerro da Cabeça and Cerro de São Miguel). Suggestions included exploring literary tourism and historical recreations involving the population and exploring the urban art's touristic potential that proliferates throughout the city in the form of graffiti. Finally, support the work of local associations, create cultural and gastronomic experiences, and above all, celebrate traditions, as stated by one of the interviewees:

“The tourism offer can only be limited by imagination or time”. (ESPR12,05-12-2020)

3.5 Experience dimension

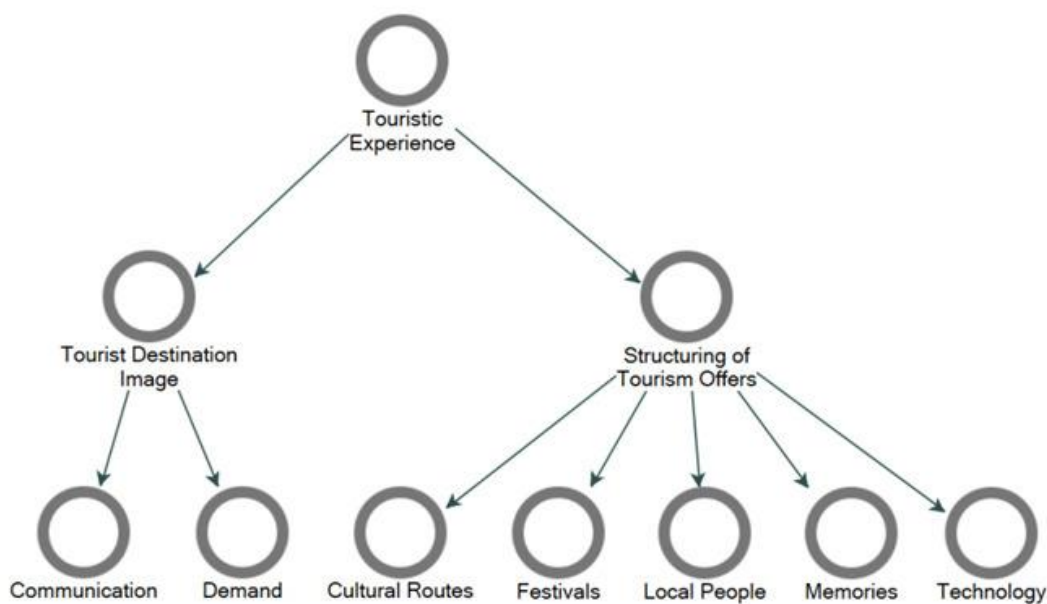
3.5.1 Tourism experience

When questioned about the tourism experience, the stakeholders representing all sectors were unanimous. They agree that experiences are very important to create good memories and that they should involve the local community. The private sector also said that foreign residents should be allowed to participate. The cultural offer should be diversified, and there is a need to maintain traditions.

To structure the tourism offers, as Figure 5.6 shows, the stakeholders suggested holding more events, small but high quality in a variety of places in the county. Various festivals throughout the year are also mentioned. Intangible heritage can be used as a great source to create experiences. As the interviewees state, more emphasis should be placed on experiences. Create circuits and itineraries for independent tourists. Technology can be used to give more autonomy to the visitor and use social networks for advertising.

Figure 3.5.1

Dimension of the touristic experience



3.5.2 Destination Image

Despite some issues identified, such as the image being very centred on the urban part of the town and mainly in the Ria Formosa and surrounding islands, thus neglecting the other areas of the county, overall the destination image regarded by the stakeholders is positive and the interviewees highlighted the authenticity of the place through its singular architecture, its community, traditions and gastronomy, but it's very little advertised.

“Ria Formosa, seafood, the cubist town, being Olhão is different, the soul of Olhão is different from other towns and cities in the Algarve, a different way of looking at life, happier, more parochial”. (ESP4,05-06-2020)

The negative aspects identified are the lack of strategy for tourism development, the difficulties of access to housing, and the gentrification of the old quarters, especially by foreign residents, but, on the other hand, it is said that these foreigners could play a more active role if they were invited to collaborate.

3.6 Sustainability dimension

3.6.1 *Impact of tourism development on destinations*

The positive impact recognised and most easily identified and referred to by the interviewees is the economic one, through revenue generation, job creation, and the economy's development. The stakeholders refer the well-being and psychological satisfaction. They also refer to the possibility of tourists and locals interacting, generating cultural exchange, setting up cultural projects, and creating better access to culture.

“People come here, and this obviously gives us satisfaction”. (ER28,05-23-2020)

Foreign respondents representing the private sector mention the connection between local people and foreign residents investing in property is very important and consider that the investments are not only financial but also emotional when buying a property to create a better sense of community, although some older local people don't like tourism in Olhão; they see it as a threat (ESPR14, 05-21-2020).

As negative aspects, they refer to the danger of globalization of culture, the excessive dependence on tourism as a monoculture and, in the worst-case scenario, the

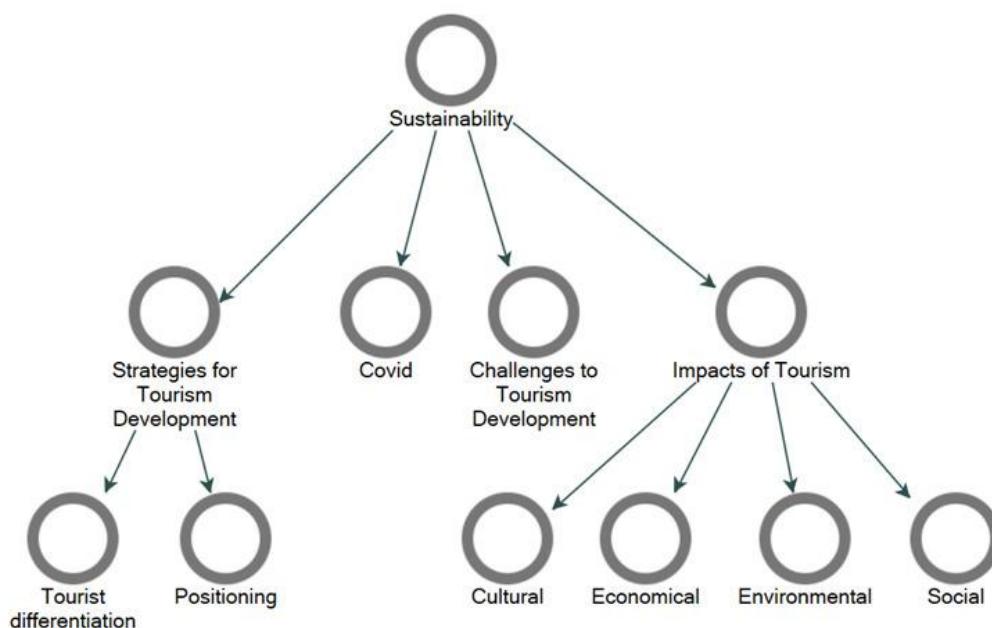
destruction of resources. They also note the difficulty for the young local people to access housing.

3.6.2 Sustainability of the tourist destination Olhão

The majority of the interviewees believe that tourism development in Olhão, so far, has been done sustainably or, at least, in a way that has not damaged the resources. However, they recognize the need for planning for long-term tourism development. Furthermore, according to the stakeholders, balancing host communities and visitors, protecting communities and heritage and valuing the authenticity of the place (ESPR11, 2020) it is most important for sustainability of tourist destinations. They also state that it has to be sustainable and viable for the communities. In the sustainability dimension content analysis, several subcategories have emerged (figure 9): the strategies, the challenges, and the impacts of tourism, which generate subcategories. Due to the pandemic, COVID-19 was also mentioned as a negative factor affecting tourism and showing how vulnerable this activity is.

Figure 3.6.1

Dimension of Sustainability



3.7 Stakeholders dimension

The stakeholders' participation and level of involvement in tourism planning are seen differently. The debate is mainly about participation, therefore, in general, they agree that the local community should be heavily involved in the decision-making process, as can be seen in Figure 5.8 Negative opinions towards community participation in the planning process are from some interviewees representing the public (8.3%) and private (4.5%) sectors attributed to some residents' low level of education. The public sector (9.3%) also suggested that associations shouldn't actively participate in this process. Another interviewee from the private sector justifies the participation of all stakeholders in the planning of tourism because culture is about people. The private sector states that all are important and should follow a democratic approach when planning. The private sector also underlined if it relies only on the private sector, it's not going to be sustainable, and the public sector should be there to ensure the balance between all participants. The creation of a network was suggested as a way to connect all the entities.

On the other hand, the public sector advocates participatory methodologies, in which common objectives and goals should be defined and the public sector should lead the strategy. To be sustainable it must be the result of everyone's participation.

One of the residents' group interviewees associated the importance attributed to the stakeholders' participation with sustainability. It is expected that the public sector should take the initiative, conserve, value and lead by establishing rules. The private sector is essential to generate investment and innovation. The association sector considers the participation of the public sector, the private sector and the associations themselves important as they represent people and keep memories alive. Planning must reflect the will of all.

When asked about the participation in the operation of the planning in the main, some participants of the private sector do not show a favourable attitude towards the participation of the associations, residents or public. The public and private sectors identify partnerships as a positive form of planning. However, they consider that the public sector should take the lead or create a new entity to coordinate the tourism

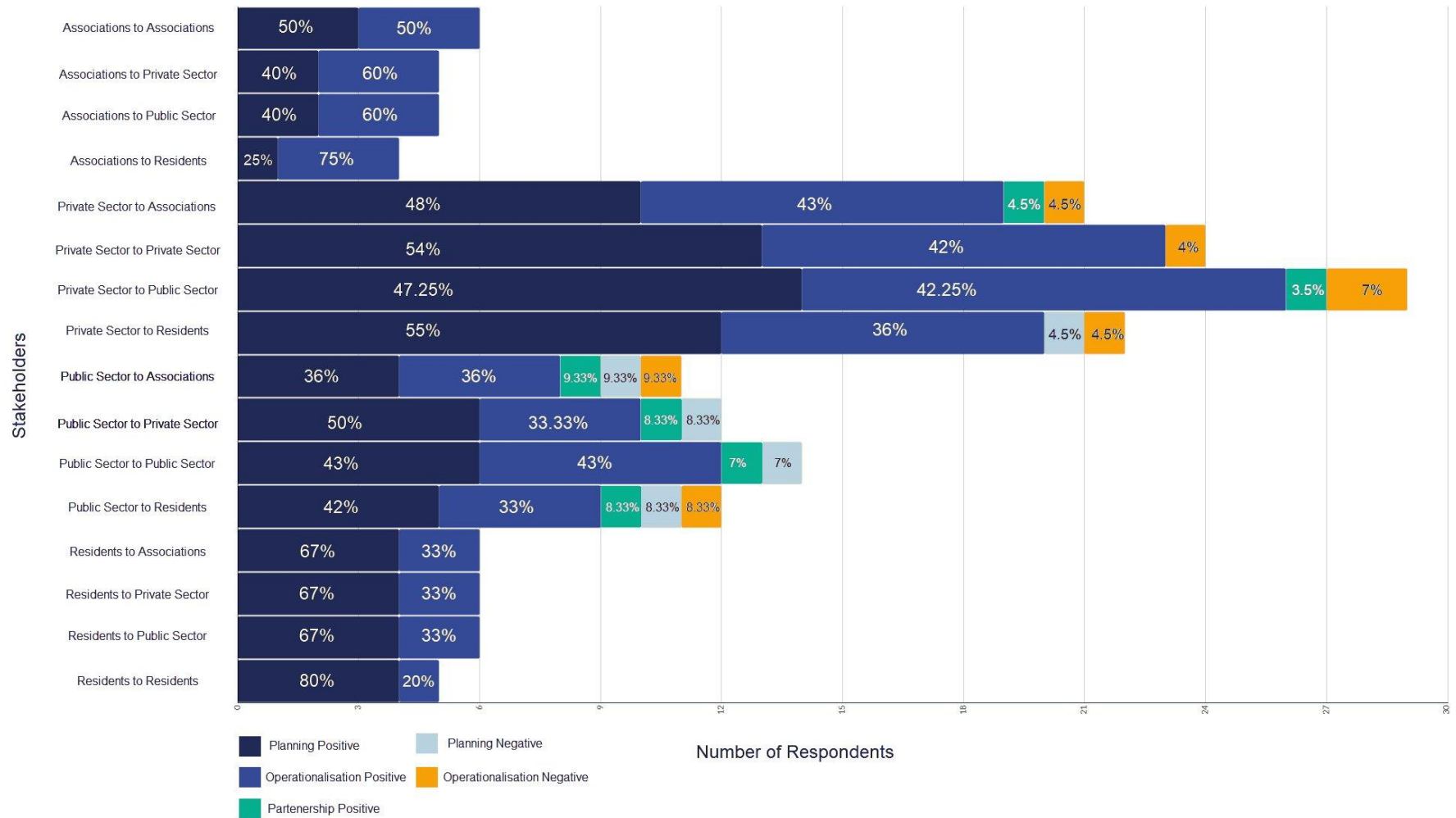
development at a local level.

According to Tosun (2000), there is a lack of information available for the residents on the tourism development, and this may result in low interest in getting involved. Among tourism stakeholders, collaboration, coordination, and perceived constraints are some of the difficulties identified in the literature (Ladkin & Martinez Bertramini, 2002) as well as in this research.

Thus, there are differences between the perceptions of the different sectors and how they should collaborate and manage cultural tourism.

Figure 3.7.1

Participation of stakeholders in the planning and operationalisation process



3.8 Discussion

Several respondents expressed the belief that the structuring of tourism experiences should start with the involvement of the local community in the first place and should be informative and raise awareness throughout the process, otherwise it is unlikely to be successful. Experiences that allow tourists to participate in community life and create memories are considered ideal. Authenticity, one of the main features of the tourist experience must be ensured. The use of technology such as personal device apps can enhance the experience and also provide more information online for the independent traveller to access. The main suggestions are to create new products and services, promote more and significant experiences, enhance attractions, and organise cultural festivals (music, theatre).

This study explored the perception of the stakeholders on the relevance of the cultural resources and cultural offers for the development of cultural, touristic experiences. As the literature already states, stakeholders are an essential part of the touristic development process, and their involvement is crucial for its success. In this research, the stakeholders place the local people at the heart of the tourism experience. The local people are not only participants or co-creators of the experience like many authors refer to, but in this case, the local people are perceived as a cultural resource, the main cultural resource. The biggest challenge is to provide a holistic approach combining all the interests of the various stakeholders to preserve the cultural identity and authenticity of the territory and its communities.

The results of the current study and existing literature have led to the development of a model of sustainable cultural tourism experiences. The results of the analysis identified several key dimensions with subcategories: cultural tourism resources, cultural tourism offer, touristic experience, destination image and sustainability with the following components associated: authenticity, cultural pride, cultural preservation, community well-being and community empowerment.

According to the model suggested by Richards & Munsters (2021), sustainable cultural tourism bridges different areas and interests. The balance between these parts will allow or result in cultural tourism sustainability. Authenticity is a characteristic that should be embedded in the tourist experience referred to by the interviewed stakeholders and

confirmed by the literature (Cetin & Bilgihan, 2016; Domínguez-Quintero et al., 2019; Su et al., 2020). It is also attributed to the local people, traditions, and intangible heritage, as they are peculiar and interesting enough to attract visitors (McKercher, 2002).

The cultural pride was identified through the sense of belonging to the community, pride in its cultural traditions and heritage and especially in the local people that were identified as the main cultural resource. This result is in line with what Besculides, Lee, and McCormick (2002) identified as cultural benefits from tourism, apart from the increase in tolerance and understanding it also increases identity, pride and cohesion. Joint work with communities is referred to overcome the problem of lack of interpretation of the cultural assets. Their input on cultural interpretation ensures it is relevant, meaningful and authentic to the visitors. In addition to the various economic benefits that tourism provides easily identified by stakeholders, this research also highlights community well-being, the presence of tourism increases self-esteem and promotes psychological well-being when interaction takes place between locals and visitors. This intercultural exchange also creates more resilient communities. When the level of knowledge about tourism in the destination is high, it leads to community empowerment through tourism according to the Global Sustainable Tourism Council (GSTC).

3.8.1 Sustainable cultural experiences conceptual model – A new approach

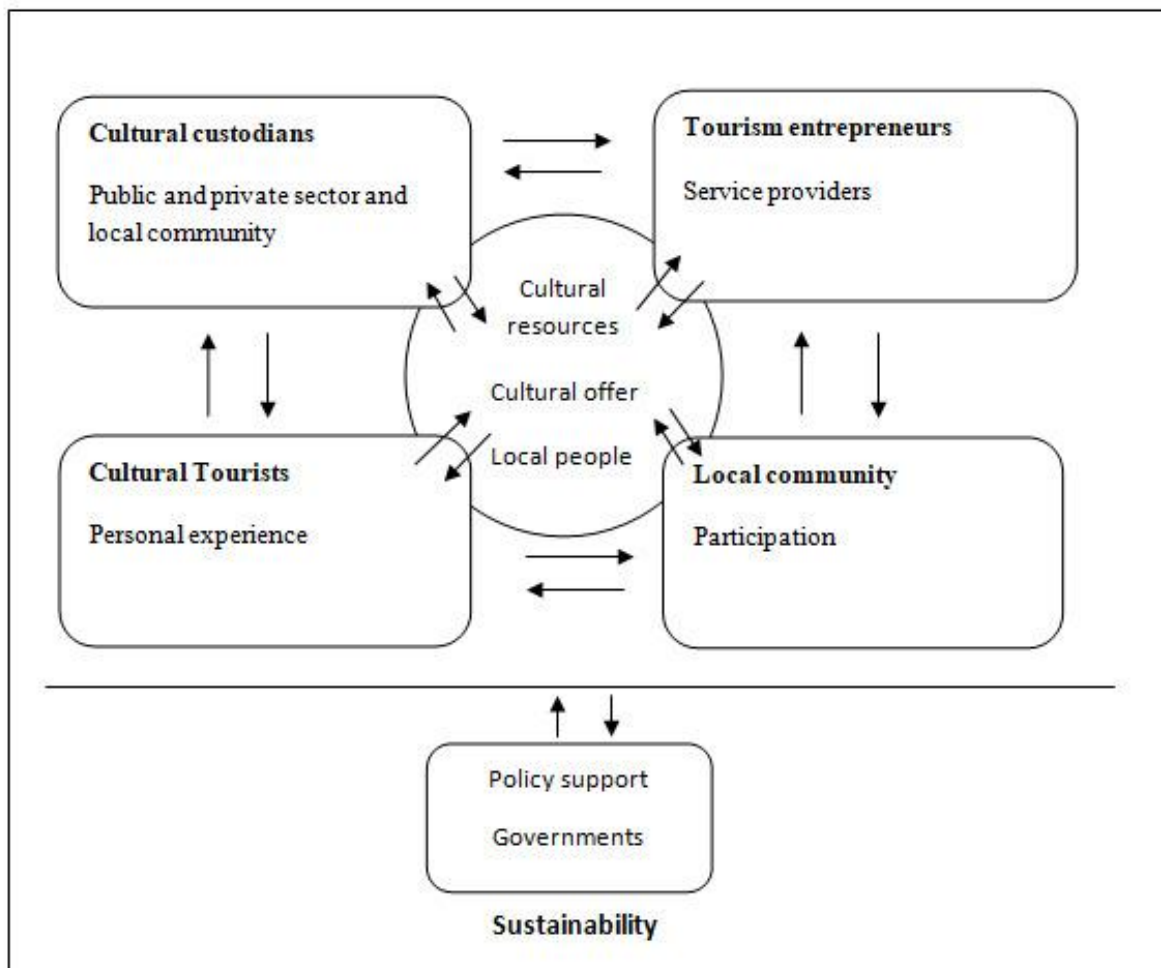
It can also be considered that in Olhão this positive attitude towards tourism is due to the fact that the sector is in an initial growth phase, which, according to the Tourism Life Cycle Model (Butler, 2006), it's the discovery and adaptation of the tourist destination and the local community to this new activity and also trying to meet the needs of the of tourism growth and meet the expectations of visitors, where the local population perceives tourism as a beneficial activity. The proposed model in Figure 6.1 shows the balance between the various parties and based on this research, it is suggested that there is direct and indirect interaction between all of them. At the base of the model are the government and the policy support to establish the legal framework and

infrastructures, to encourage, facilitate and support bottom-up initiatives with long-term planning.

At the core of cultural tourism are the cultural resources, cultural offer and, according to the interviewees, the local people. Those have an important double role, as an element of attraction and at the same time participating and interacting in the cultural experiences.

Figure 3.8.1

Sustainable cultural experiences - conceptual model



This model shows an important relationship between the local community, cultural tourism resources, and stakeholders' participation. The preservation of the cultural resources can be done by public and private sectors, including the local community. The quality of the cultural resources is determinant of attracting cultural tourists. Tourism entrepreneurs provide services to tourists, which enriches their experiences and maximise the long-term return from this activity.

The local community here represents the aggregate of people in the old quarters area of Olhão and plays an important role in this process by participating and benefiting from the cultural tourism activity by generating income, sharing use of tourism facilities and lifting the population's consciousness regarding the value of the local culture (Greg Richards & Munsters, 2021). The cultural tourists or cultural seekers are searching for a meaningful experience for which the involvement of all parties in the proposed model is necessary. In this regard Richards (2011) has already identified a tendency where tourists look for authentic experiences in the daily life of the host communities.

3.8.2 Conclusions

This research emphasises the relevance of cultural resources and offers on sustainable cultural tourism experiences. The results show relevant findings on how the stakeholders perceive their cultural resources and offers and how they see themselves and the other stakeholders involved in this process.

Olhão, due to its location and diversity of resources, has characteristics that allow it to provide unique, memorable and sustainable cultural experiences. The cultural tourism experience is still little explored, but it may have great relevance for the municipality in the future.

Results of the present study show that the stakeholders regard culture as a driver for the joint participation of host communities and tourists for sustainable development. Cultural resources were identified and should be preserved dynamically with cultural offers that include the participation and cooperation of the local people. Besides, the preservation of tangible and intangible heritage, its interpretation, given meanings and communication are essential for its understanding and enjoyment. It was verified that

the stakeholders recognise the local culture as authentic, having the potential to develop the co-creation of diversified tourism products and experiences.

Results state the proposals from the stakeholders and highlight the creation of a cultural offer, well integrated in its context, which means following the dynamics of the place (seasons, festivities, celebrations), and the communities (traditions, intangible heritage) with regular high-quality small-scale events throughout the year, especially festivals in the low season.

According to the stakeholders, the main assets of this destination are the local people and its culture, with a focus on intangible heritage. Gastronomy emerges as the destination's main differentiating product and with high potential to develop. As destinations face challenges to differentiate themselves, it is important to adopt strategic measures that take into account not only the needs of tourists, but also the local community, and the territory's specificities. Thus, it was stated as a priority, by the majority of the stakeholders, the importance of a long-term tourism plan. Also, the diversity of cultural tourism products and innovation in terms of creative tourism and integration of technology solutions, contribute to the improvement of the tourist experience. Thus, cultural tourism has shown to be an excellent opportunity to rethink tourism within a more circular economy, more authentic experiences in a more sustainable way, where the tourism revenue is not the only benefit.

Currently, it is common to find literature about stakeholder participation and more frequently about sustainability in tourism. This study recalls the importance of involving the local communities and the stakeholders in general to plan and develop sustainable tourism. Moreover, the pandemic situation generated by COVID-19 has affected all industries in general, and tourism was no exception, bringing new challenges to this sector. Lessons can be learnt from this situation and it can contribute to tourism management and policy makers' decisions more appropriated and efficient and better address challenges. It is possible to see that there are no better places than others and that valuing what is local (its authenticity involving the local communities and the stakeholders) is a way to ensure its sustainability. This way, it can also make places more

resilient and better prepared to face new economic crises or pandemics, thus encouraging responsible tourism.

Key terms and definitions

Authenticity: characteristics that reflect local values.

Cultural Offer: a set of cultural goods or services available for consumption.

Cultural Resources: cultural assets that exist on a specific site and have peculiar characteristics capable of attracting visitors.

Cultural Tourism: a type of tourism in which the tourist seeks to learn about and consume the local cultural attractions and products of the tourist destination he or she visits.

Intangible Cultural Heritage: a body of knowledge that is passed down from generation to generation.

Stakeholders: a person or group of people participating or having an interest in an organisation.

Sustainable Tourism: takes in account the environmental, social, economic and cultural impacts derived from tourism activity so as not to compromise the resources, and to promote the balance between all parts involved.

Tourism experience: An individual, subjective and involving interaction at an affective, cognitive and behavioural level that takes place in a touristic destination.

Responsible tourism: a conscious and intentional practice of tourism that makes all participants responsible.

Acknowledgments

This book chapter is financed by National Funds provided by FCT - Foundation for Science and Technology through project ref. UIDB/04470/2020 CiTUR and UIDB/04020/2020 CinTurs.”

References

- Almeida, A. (2018). Building tourism experience through identity decomposition – between local emancipation and international integration Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. *Lus, Revista Culturais, Estudos Journal, Lusophone Studies, Cultural, 5*, 427–442.
- Alves, D., Filho, D., & Henrique, A. (2015). O poderoso NVivo: Uma introdução a partir da análise de conteúdo. *Revista Política Hoje - ISSN: 0104-7094, 24(2)*, 119–134.
- Amaral, M., & Figueira, E. (2016). Cooperation Between Actors For Tourism Development: The Appreciation Of Heritage And Cultural Resources In Rural Territories. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics VO - IV, IV(2)*, 132. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.307d5b87e114c2abc98b93bee0795f4%26la>
- Aranburu, I., Plaza, B., & Esteban, M. (2016). Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter? *Sustainability (Switzerland), 8*, 699. <https://doi.org/10.3390/su8080699>
- Artal-Tur, Andres, Briones-Penalver, A., & Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies, 14(1)*, 7–18. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14101>
- Artal-Tur, Andrés, Villena-Navarro, M., & Alamá-Sabater, L. (2018). The relationship between cultural tourist behaviour and destination sustainability. *Anatolia, 29(2)*, 237–251. <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414444>
- Bashi, E. (2015). Cultural Heritage of Albania – A Fabulous Economic Source for the Sustainable Economic Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 188*(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 89–94. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.342>
- Batman, Z. P., Demirel, Ö., & Kurdoğlu, B. Ç. (2015). Ecology-based tourism potential of Altindere Valley (Trabzon-Turkey) in regards to the natural, historical and cultural factors. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology, 1–12*. <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1115442>
- Belij, S., Ilinčić, M., Belij, J., & Belij, M. (2014). Sustainable planning and tourism development policy exemplified by medieval fortresses along the river Danube. *Glasnik Srpskog Geografskog Društva VO - 94, 3*, 69. <https://doi.org/10.2298/GSGD1403069B>
- Bertagni, S (1), Boarin, P. (2), & Zuppiroli, M. (3). (2018). The Dialogue between Structural Interventions and Sustainability Criteria in Rating Systems for Cultural Heritage: The Experience of GBC Historic Building. *International Journal of Architectural Heritage*. <https://doi.org/10.1080/15583058.2018.1511001>
- Bertagni, Stefano, Boarin, P., Zuppiroli, M., Bertagni, S., & Boarin, P. (2020). The Dialogue between Structural Interventions and Sustainability Criteria in Rating Systems for Cultural Heritage : The Experience of GBC Historic Building The Dialogue between Structural Interventions and Sustainability Criteria in Rating Systems for Cul. *International Journal of Architectural Heritage, 14(1)*, 139–161.

- <https://doi.org/10.1080/15583058.2018.1511001>
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Bogacz-Wojtanowska, E., Góral, A., & Bugdol, M. (2019). The Role of Trust in Sustainable Heritage Management Networks. Case Study of Selected Cultural Routes in Poland. *Sustainability VO* - 11, 10, 2844. <https://doi.org/10.3390/su11102844>
- Boyko, C. T. (2008). Are you being served? The impacts of a tourist hallmark event on the place meanings of residents. *Event Management*, 11(4), 161–177. <https://doi.org/10.3727/152599508785899910>
- Bradshaw, D. (2009). The Power of Culture for Development. *Australian Journal of Adult Learning*, 49(2), 364–381.
- Bucurescu, I. (2015). Managing tourism and cultural heritage in historic towns: examples from Romania. *Journal of Heritage Tourism*, 10, 248. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D108953247%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Buonincontri, P. (1), Marasco, A. (1), Ramkissoon, H., Ramkissoon 3), H. (2, & Ramkissoon, H. (2017). Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework. *Sustainability (2071-1050)*, 9(7), 1112. <https://doi.org/10.3390/su9071112>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6–13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229–243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Carter, R. W. (Bill., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797–818. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978787>
- Cerquetti, M., & Ferrara, C. (2018). Marketing Research for Cultural Heritage Conservation and Sustainability: Lessons from the Field. *Sustainability (2071-1050)*, 10(3), 774. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D128693486%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Cetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19, 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Çetinkaya, M., & Öter, Z. (2015). Sustainable valorization of cultural heritage via tour guides: Turkish case of Ephesus ancient city. *Valorización Sostenible Del Patrimonio Cultural via Tour Guías: Caso Turco de Efeso Ciudad Antigua.*, 13(6), 1401. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D111931720%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact,

- memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(October 2017), 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Current Issues in Tourism Consumer behaviour in tourism : Concepts , influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–38. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Cortese, F., D'Ambrosio, I., & Petracca, M. (2019). A possible synergy between culture and religion for the sustainability of tourism of Pompeii. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/su11082231>
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. In *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*. InTech. <https://doi.org/10.5772/38693>
- Cuculovic, R., Mrksa, M., & Cuculovic, A. (2014). Cultural heritage in the function of sustain development of tourism in the municipality of Vrbas. *Glasnik Srpskog Geografskog Drustva Bulletin de La Societe Serbe de Geographie*, 94(2), 45–64. <https://doi.org/10.2298/gsgd1402045c>
- De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016). *Toward extending creative tourism: participatory experience tourism*.
- Demonja, D., & Gredič, T.. (2014). Exploring the “cultural tourism-sustainable development” nexus: The case of croatia. *Analele Stiintifice Ale Universitatii Al I Cuza Din Iasi - Sectiunea Stiinte Economice*, 61(2), 161–179. <https://doi.org/10.2478/aicue-2014-0012>
- Dessein, J., Soini, K., Fairclough, G., & Horlings, L. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. In *University of Jyväskylä* (Issue January). <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Roldán, J. L. (2019). The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 491. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D138734024%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrotheme Review*, 3(7), 180–189. http://macrotheme.com/yahoo_site_admin/assets/docs/19MR37mj.202135138.pdf
- Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. (Spanish). *Cultural Tourism Trends. (English)*, 17(6), 1101. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D140755390%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Fazenda, N. (2016). *Laboratório Estratégico Algarve, Estratégia Turismo 2027 Portugal*.
- FACT. (2019). *Agenda Temática de Investigação e Inovação, Turismo, Lazer e Hospitalidade*.
- Futur, L. M., & Nedelea, A. M. (2018). CULTURAL TOURISM. *Revista de Turism - Studii Si Cercetari in Turism*, 25, 1. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.8a3ac7bc5e1c41d5a4ce07f66086487a%26l>

- Garg, P., & Pandey, A. (2021). Towards sustainable tourism: an empirical investigation. *Foresight*, 23(2), 188–200. <https://doi.org/10.1108/FS-04-2020-0042>
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. (2003). *Tourism, principles, practices, philisophies*.
- Gonçalves, A. R., Oliveira, A. P. D., & Santos, C. F. (2015). *Fragmentos para a história do turismo no Algarve*. Centro de Estudos em Património, Paisagem e Construção - Universidade do Algarve. <https://sapiencia.ualg.pt/handle/10400.1/8743>
- Halim, S. A., & Ishak, N. A. (2017). Examining Community Engagement In Heritage Conservation Through Geopark Experiences From The Asia Pacific Region. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies*, 35, 11. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127161954%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Hatipoglu, B., Alvarez, M. D., & Ertuna, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: The case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306–317. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.059>
- Henriques.C.H. (2019). “Turismo Cultural como vetor de Sustentabilidade nas Cidades. Cultural Urban Tourism and its sustainability.” *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol.2, nº, 327–352.
- Henriques, C. (2014). Algarve Turismo Cultural. *Revista Turismo Em Análise*, 25(2), 497. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v25i2p497-499>
- Higgins-Desbiolles, F., Moskwa, E., & Wijesinghe, G. (2017). How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1551–1580. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1383368>
- Iliopoulou-Georgoudaki, J, Theodoropoulos, C., Konstantinopoulos, P., & Georgoudaki, E. (2017). Sustainable tourism development including the enhancement of cultural heritage in the city of Nafpaktos–Western Greece. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 24, 224–235. <https://doi.org/10.1080/13504509.2016.1201021>
- Ionciã, D., Ionciã, M., Petrescu, E.-C., & Atanase, A. (2018). Protecting National and Cultural Heritage While Promoting Cultural Tourism in Romania – Unsolvable Dilemma or Missed Opportunity? *Cactus VO - XVIII*, 2, 6. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.633a275fd33c4528bfbf83335936db26%26l>
- Jelinčić, D. A., & Senkić, M. (2017). Creating A Heritage Tourism Experience The Power of the Senses. *Stvaranje Doživljaja u Turizmu Baštine. Snaga Osjetila.*, 47(40), 109. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127079829%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Jeon, M. M., Desmarais, E., Kang, M. (Michelle) M., & Desmarais, E., (2016). Residents’ Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 105–123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative

- tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605–612. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Katriina Soini, Elena Battaglini, Inger Birkeland, N. D., & Graham Fairclough, L. H. and J. D. F. and L. H. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability. In *Culture in, for and as Sustainable Development*. <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Kim, C., Bai, B., Kim, P., & Chon, K. (2018). Review of reviews : A systematic analysis of review papers in the hospitality and tourism literature. *International Journal of Hospitality Management*, 70(October 2017), 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.023>
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 422. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2018.1561703>
- Kristjánsdóttir, K. R., Ólafsdóttir, R., & Ragnarsdóttir, K. V. (2018). Reviewing integrated sustainability indicators for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 583–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1364741>
- Kürüm Varolgüneş, F., Çelik, F., Del Río-Rama, M. de la C., & Álvarez-García, J. (2022). Reassessment of sustainable rural tourism strategies after COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 13(July), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944412>
- Ladkin, A., & Martinez Bertramini, A. (2002). Collaborative tourism planning: A case study of Cusco, Peru. *Current Issues in Tourism*, 5, 71–93. <https://doi.org/10.1080/13683500208667909>
- Lonardi, S. (2020). Sustainable tourism and intangible cultural heritage: The cimbric language in Iuserna/lusèrn and Giazza, Italy. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 51–63. <https://doi.org/10.2495/ST200051>
- Markwick, M. (2018). *Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development*. 6825. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1293674>
- Matei (Titilina), F. D., Daniela, F., & Titilina, M. (2015). Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 23(2nd Global Conference On Business, Economics, Management And Tourism), 453–460. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00584-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00584-5)
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning the futures of cultural tourism. *Futures*, 142, 103013. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013>
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.1002/jtr.346.abs>
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26(4), 539–548. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.018>
- Minh, H. V., Lam, T., & Prabhakaran, S. (2021). Perceptions of Key Stakeholders Towards Sustainable Tourism Development: A Case Study in Mekong Delta, Vietnam. *Journal of Asian Finance*, 8(4), 717–0726. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0717>
- Ministério da Economia. (2017). Estratégia 2027. *Estratégia 2027*, 66. http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal

_ET2027.pdf

- Mioara, B., & Teodora, M. I. (2015). The Implication of International Cooperation in the Sustainable Valorisation of Rural Touristic Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.377>
- Moher, Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & Grp, P. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement (Reprinted from Annals of Internal Medicine). *Physical Therapy*, 89(9), 873–880. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Moldoveau, M., & Neacsu, P. (2018). Knowledge, Information, Value In Sustainable Tourism. *Review of General Management*, 28, 92. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D133658700%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Moniz, F., & Simão, J. (2019). A percepção dos stakeholders sobre o desenvolvimento turístico - o caso da ilha de São Miguel, Açores. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 975–988. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.069>
- Noonan, D. S., & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. In *JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS* (Vol. 41, Issue 2, pp. 95–107). <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9300-6>
- Oh, H., Fiore, A., & Jeoung, M. (2015). *Measuring Experience Economy Concepts : Tourism Applications*. 46, 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- ONU. (2016). 17 Objetivos para Transformar o Nosso Mundo. *Guia Sobre Desenvolvimento Sustentável*, 1–38. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1411-4>
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 158–165. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.001>
- Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635, 452–469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>
- Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo Em Análise*, 26(1), 165. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i1p165-187>
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). *The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers*. 4360. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.841651>
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. (1998). *Welcome to the Experience Economy*.
- Portugal, T. de. (2016). *Relatório de Sustentabilidade*.
- Qiu, Q., Zheng, T., Xiang, Z., & Zhang, M. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability (Switzerland)*, 12, 1–20. <https://doi.org/10.3390/SU12010132>
- Quivy, R. (1995). *Raymond Quivy Manual de Investigação em Ciências Sociais*. <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf>
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A.-M., & Campillo-Alhama, C. (2019). ICT and the Sustainability of World Heritage Sites. Analysis of Senior Citizens' Use of Tourism Apps. *Sustainability VO - 11, 11*, 3203. <https://doi.org/10.3390/su11113203>

- Richards, G. (1994). Cultural tourism in Europe. In *Progress in tourism, recreation and hospitality management: Volume 5*. (pp. 99–115). John Wiley & Sons Ltd. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19941803480>
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. In *Cultural tourism in Europe*. (pp. 19–45). CAB INTERNATIONAL.
- Richards, Greg. (2000). *The Development of Cultural Tourism in Europe* Greg. 1–27.
- Richards, Greg. (2009). Turismo Cultural: Padrões e implicações. *Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências*, 25–48. https://www.researchgate.net/publication/305279908_A_questao_da_autenticidade_-_do_objetivismo_a_fenomenologia_do_turismo
- Richards, Greg. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, Greg. (2014). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. *Academia.Edu*, 2014, 21–39. <https://doi.org/10.1111/j.1742-1241.2009.02134.x>
- Richards, Greg. (2016). *European Cultural Tourism : patterns and prospects*. September.
- Richards, Greg. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, Greg. (2019). Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *Tourism Review*, April 2019. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>
- Richards, Greg, & Fernandes, C. (2023). Cultural Tourism During the Covid-19 Pandemic in Portugal. *Tourism, Culture and Communication*, 23, 219–231. <https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683427>
- Richards, Greg, & Munsters, W. (2021). *The Study of Cultural Tourism in Ten Models - Wil Munsters*. May.
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27, 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Ristić, Z. (2018). Cultural Tourism As A Unique Form Of Sustainable Tourism - Cultural Resources As Tourism Offer Factors. *Kulturni Turizam Kao Poseban Oblik Održivog Turizma – Kulturni Resursi Kao Činioci Turističke Ponude.*, 1, 63–71. <https://doi.org/10.7251/zrefis1817063r>
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(September), 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Rudan, E., Krstinić Nižić, M., & Šverko Grdić, Z. (2021). Effect of Circular Economy on the Sustainability of Cultural Tourism (Croatia). *Ekonomia i Srodowisko*, 76, 120–138. <https://doi.org/10.34659/2021/1/7>
- Samsudin, P. Y., & Maliki, N. Z. (2015). Preserving Cultural Landscape in Homestay Programme Towards Sustainable Tourism: Brief Critical Review Concept. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 170(AcE-Bs 2014 Seoul (Asian Conference on Environment-Behaviour Studies), Chung-Ang University, Seoul, S. Korea, 25-27 August 2014), 433–441. <http://10.0.3.248/j.sbspro.2015.01.004>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>

- Shishmanova, M. V. (2015). Cultural Tourism in Cultural Corridors, Itineraries, Areas and Cores Networked. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 246–254. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.382>
- Souza, A. G. De, Brito, M. P. de, Farias, S. A. de, & Brito, M. P. de. (2014). Cultural dimensions and image: an essay on the impacts of masculinity and individualism on the interpretation of the sustainability of tourism destinations. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo VO - 8*, 8(2), 238. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.723>
- States, M., Educational, N., Akka, S., Sena, M., Techo, P., & Sen, H. (2015). *Siem Reap Declaration on Tourism and Culture – Building a New Partnership Model*. 1–5.
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018a). *Memorable tourism experiences : antecedents and outcomes*. 2250. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018b). Memorable tourism experiences: antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18, 72–94. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287003>
- Stoica, G. D., Andreiana, V. A., Duica, M. C., Stefan, M. C., Susanu, I. O., Coman, M. D., & Iancu, D. (2022). Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14095678>
- Stratan, A., Perciun, R., & Gribincea, C. (2015). Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X SAGITTARIUS), 116–121. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.346>
- Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 566. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.874420>
- Su, X., Li, X., Chen, W., & Zeng, T. (2020). Subjective vitality, authenticity experience, and intangible cultural heritage tourism: an empirical study of the puppet show. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37, 258–271. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1740141>
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C., & Lu, D. D. (2019). Sustainable synergies between the cultural and tourism industries: An eciency evaluation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236607>
- Sukanthasirikul, K., & Trongpanich, W. (2016). Cultural Tourism Experience On Customer Satisfaction: Evidence From Thailand. *Journal of Economic and Social Development (Varaždin)VO-3,1,17*. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.930e5cae8fe43ada97b053faf8412e5%26la>
- Taylor, E. (2016). *Culture, tourism and sustainability: an ethnographic study of rural community development in Jamaica*. June, 309. <http://curve.coventry.ac.uk/open>
- Terkenli, T. S., & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from cyclades, Greece. *Sustainability*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4),

- 445–461. <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, *17*, 220–232. <https://doi.org/10.1002/sd.384>
- Tölkes, C. (2018). Sustainability communication in tourism – A literature review. *Tourism Management Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, *21*, 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011a). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, *38*, 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- UNESCO. (2019). *Culture 2030 Indicators*.
- UNESCO, W. H. C. (2016). *Sustainable Tourism Online Toolkit Guide 1 Understanding tourism at your destination*.
- Ursache, M. (2015). Tourism – Significant Driver Shaping a Destinations Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *188*, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.348>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, *36*, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- WCED. (1987). The Brundtland Report: “Our Common Future.” *Medicine and War*, *4*, 17–25. <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Weber, F. (2017). *Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations. Best En Think Tank XVII: Innovation and Progress in Sustainable Tourism 14-17 June 2017 International Center for Sustainable Tourism. June*.
- Webster, J., & Watson, R. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly*, *26*.
- World Tourism Organization, & World Tourism Organization. (2018). Tourism and Culture Synergies. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2018). Tourism and Culture Synergies. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2020). *Big Data in Cultural Tourism and Enhancing Competitiveness*.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2017). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, *39*(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Yang, E., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management*, *58*, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>
- Yang, X., & Fan, S. (2017). A Study on the evaluation model of the market potential of cultural tourism resources. *Revista de La Facultad de Ingenieria*, *32*(13), 863–868. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Ddedselc%26AN%3Ddedselc.2-52.0-85038908208%26lang%3Dpt-pt%26>

- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2018). Perception and Attitudes of Local People on Sustainable Cultural Tourism on the Islands: The Case of Nicosia. *Sustainability VO - 10*, 10(6), 1892. <https://doi.org/10.3390/su10061892>
- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2022). Effectiveness of Usage of Digital Heritage in the Sustainability of Cultural Tourism on Islands: The Case of Northern Cyprus. *Sustainability (Switzerland)*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063621>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2017). New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>
- Zuzana, J. J., & Zuzana, L. L. (2015). Monitoring System of Sustainable Development in Cultural and Mountain Tourism Destinations. *Journal of Competitiveness*, 7, 35. <https://doi.org/10.7441/joc.2015.01.03>

Capítulo 4: Considerações finais

O presente estudo centrou-se nas experiências turísticas culturais sustentáveis, visando a elaboração de uma proposta estruturada de desenvolvimento e experiência turística com base nos princípios de sustentabilidade. Tomou-se como estudo de caso o concelho de Olhão, cuja especificidade enquanto destino turístico permitiu delinear um modelo adaptado à sua realidade local. Com base na articulação entre a análise teórica e empírica, foi possível desenvolver um modelo de atuação que contempla a valorização do património cultural, da oferta e dos recursos culturais e o envolvimento efetivo da comunidade local. Esta abordagem procura promover um turismo mais responsável, inclusivo e distintivo.

Neste contexto, vários objetivos foram definidos, tornando-se essencial conhecer o estado da arte da experiência turística cultural sustentável na Europa. Concluiu-se que a experiência turística sustentável na Europa ainda se encontra numa fase de desenvolvimento inicial, com muito caminho para trilhar, e com pouca coesão entre os diversos *stakeholders*, dado a atratividade e rentabilidade dos produtos tradicionais pouco sustentáveis. Os resultados deste estudo evidenciam a importância de estratégias integradas, privilegiam a cooperação entre os diversos *stakeholders*, como elemento essencial para assegurar a viabilidade e a resiliência dos destinos culturais a longo prazo.

4.1 O potencial das experiências turísticas culturais sustentáveis

Verificou-se ainda que as experiências turísticas culturais sustentáveis proporcionam aos visitantes uma imersão genuína e enriquecedora na cultura local, enquanto minimiza os impactos negativos no meio ambiente e na comunidade local. Estas experiências têm vindo a assumir um papel preponderante na diferenciação dos destinos turísticos.

Destaca-se neste estudo a importância da oferta cultural para os *stakeholders*, evidenciando que as experiências de turismo cultural podem impulsionar o desenvolvimento sustentável dos destinos. Os resultados do primeiro estudo (SQLR) e do estudo empírico estão de acordo com o que vários autores relataram noutros estudos e reforçam a necessidade de incluir os *stakeholders* nas várias fases de planeamento e

gestão e, não menos importante, na monitorização do turismo sustentável, tendo em conta as especificidades do tipo de turismo, do território, dos agentes e da população.

Com base nos resultados obtidos nesta investigação podemos compreender a relevância da oferta cultural de um destino para a criação de experiências turísticas culturais. O estudo de caso revela que o concelho em análise dispõe de recursos e oferta turística que podem impulsionar a sua atratividade quando devidamente estruturados.

Neste caso, de acordo com os *stakeholders*, os principais ativos deste destino são a população local e a sua cultura, com enfoque no património imaterial. Assim, tanto a nível teórico como na informação recolhida nas entrevistas a elaboração de um plano de turismo a longo prazo é prioritária. Depreende-se que a participação ativa da comunidade está relacionada com o seu nível de conhecimento sobre o destino, sobre a sustentabilidade, sobre o turismo e dos benefícios que daí podem advir.

4.2 A sustentabilidade e a participação dos *stakeholders*

A sustentabilidade é um processo complexo e multidimensional, cujo sucesso depende da colaboração efetiva entre os diversos intervenientes. Verificou-se que o foco do desenvolvimento turístico sustentável tem vindo a evoluir, inicialmente centrado em destinos emergentes e em produtos de nicho, os estudos atuais focam-se em destinos maduros, saturados com ou sem problemas de excesso de sobrecarga turística. Esta mudança evidencia a necessidade de reestruturação das estratégias de planeamento turístico.

A RSQI indica e o estudo empírico confirma que os residentes e os turistas estão no centro da experiência turística, pelo que as necessidades de ambos devem ser consideradas. Os recursos culturais foram identificados assim como as ofertas culturais. Verificou-se que os *stakeholders* reconhecem a cultura local como autêntica, tendo potencial para desenvolver produtos e experiências turísticas diversificadas.

A cultura imaterial está a tornar-se mais importante no turismo cultural, e que esta tendência afigura-se continuar no futuro com a crescente procura de experiências envolventes e criativas.

4.3 Modelo conceptual de experiência turística cultural sustentável

Comunidade, Recursos e *Stakeholders*

O modelo proposto neste estudo destaca a relação dinâmica entre a comunidade local, os recursos culturais e a participação dos *stakeholders* no desenvolvimento de experiências turísticas culturais sustentáveis. A preservação dos recursos culturais tangíveis e intangíveis é uma responsabilidade que deve ser partilhada entre os vários setores e também a própria comunidade local. Esta articulação entre todos é essencial para garantir a sustentabilidade dos destinos e assegurar a continuidade da sua atratividade cultural.

A qualidade e autenticidade dos recursos culturais são elementos centrais para a atratividade de destinos turísticos culturais, uma vez que os turistas com motivações culturais procuram experiências genuínas que lhes permitam um envolvimento significativo com o património e a identidade local (Richards, 2011; Smith, 2009). Segundo Timothy e Boyd (2003), a autenticidade percebida dos bens culturais influencia diretamente a satisfação dos visitantes e a sua perceção de valor, o que torna essencial a preservação e valorização destes recursos.

Paralelamente, os *stakeholders* desempenham um papel estratégico na mediação entre os recursos culturais e a experiência dos visitantes. Ao oferecerem serviços e atividades adaptadas às especificidades culturais do destino, estes agentes contribuem para enriquecer a experiência turística, ao mesmo tempo que promovem o desenvolvimento económico local (Binkhorst & Den Dekker, 2009; OECD, 2009). Como sublinha Richards (2014), a criação de experiências envolventes e autênticas exige a colaboração ativa entre os setores público e privado, sendo os *stakeholders* peças-chave na inovação e diversificação da oferta turística.

Neste contexto, a comunidade local, nomeadamente os residentes das zonas históricas do concelho de Olhão, assume um papel central. A sua participação ativa permite não apenas a obtenção de benefícios económicos diretos, mas também o reforço da consciência comunitária sobre o património cultural local. Tal envolvimento promove um

sentimento de pertença e responsabilidade, indispensáveis para a conservação cultural (Richards & Munsters, 2021).

Os turistas culturais, por sua vez, procuram vivências autênticas e significativas, muitas vezes inseridas no quotidiano das comunidades. Para que estas experiências se concretizem, torna-se imprescindível uma colaboração eficaz entre todos os agentes envolvidos — comunidades locais, setor público, setor privado e visitantes. Neste sentido, Richards (2011) já tinha identificado uma tendência crescente na procura por experiências que envolvam uma interação genuína com a cultura e o modo de vida dos residentes.

Este modelo, aplicado ao caso de Olhão, permite compreender como os destinos podem estruturar a sua oferta cultural de forma sustentável, valorizando os seus recursos endógenos e promovendo um turismo que beneficia, simultaneamente, os visitantes e a população local.

4.4 Implementação de práticas sustentáveis na criação de experiências turísticas culturais em Olhão

Diversos autores, anteriormente referidos, salientam que a implementação de práticas sustentáveis no turismo cultural exige uma abordagem integrada. Essa abordagem deve combinar a valorização do património, a participação ativa da comunidade, uma gestão estratégica da atividade turística e mecanismos de avaliação contínua (Richards, 2011; Duxbury et al., 2021; UNWTO, 2022). Com base nesta visão, propõe-se, para o caso de Olhão, um conjunto de medidas concretas organizadas em cinco eixos estratégicos.

A primeira área de intervenção refere-se à valorização e preservação do património cultural, tangível e intangível. Este eixo compreende a realização de inventários e mapeamentos culturais, a criação de roteiros temáticos relacionados com a identidade marítima, urbana e gastronómica, a reabilitação de edifícios históricos para fins culturais e a digitalização de tradições locais através de aplicações móveis e audioguias (UNESCO, 2003; Richards, 2011; Timothy & Boyd, 2003).

O segundo eixo centra-se na participação e empoderamento da comunidade local, elemento fundamental na construção de experiências autênticas e sustentáveis. São recomendadas ações como a formação de residentes em competências turísticas e culturais, o apoio a microempresas e projetos culturais comunitários, a criação de conselhos participativos de turismo e a integração de escolas e associações locais em iniciativas culturais (Moscardo, 2008; Bramwell & Lane, 2011; Richards & Raymond, 2000).

Sugere-se uma gestão sustentável da atividade turística, com destaque para o desenvolvimento de um plano estratégico de turismo sustentável. Este plano deverá incluir metas ambientais e sociais, estabelecer a capacidade de carga turística nos locais mais sensíveis, promover a descentralização da oferta turística para combater a sazonalidade, tal como referido pelos entrevistados, e criar um selo local de "Turismo Cultural Sustentável" (UNWTO, 2013).

No quarto eixo propõe-se a comunicação e promoção do destino enquanto referência em turismo cultural sustentável, através da construção de uma identidade territorial autêntica, da implementação de estratégias de marketing digital centradas na experiência local, da utilização de *storytelling* e através do uso de tecnologia interativa (como QR codes e aplicações móveis) e da criação de parcerias com operadores turísticos especializados em nichos culturais (Richards & Munsters, 2010).

Por fim, propomos também a monitorização e avaliação contínua, com a criação de um observatório local de turismo sustentável, a aplicação regular de inquéritos a turistas e residentes, o desenvolvimento de indicadores de impacto e a implementação de mecanismos de revisão e adaptação de práticas com base em dados empíricos (Butler, 1999; UNWTO, 2022; Mihalic, 2016).

Estas medidas, articuladas procuram garantir que o turismo cultural em Olhão contribua para o desenvolvimento local sustentável, promovendo o envolvimento ativo da população, a conservação do património e a valorização da autenticidade como motor de atratividade turística.

4.5 Contribuições metodológicas

A nível metodológico este trabalho de investigação evidencia a ligação tradicional de revisão do estado da arte e posteriormente o estudo empírico. A realização de dois estudos diferenciados que se complementam permitiu reunir o conhecimento teórico produzido e revelou-se fundamental para identificar palavras-chave, conceitos, por vezes complexos de definir, e compreender as teorias apresentadas até a data. Num segundo momento da investigação foram realizadas entrevistas aos *stakeholders* e possibilitaram que a análise de dados qualitativos e quantitativos resultasse numa compreensão profunda da prática e dos desafios enfrentados pelo destino turístico em relação ao turismo sustentável.

Aquando da realização do estudo de caso foi possível aplicar os conhecimentos teóricos reunidos anteriormente. Assim, o estudo que teve como amostra vários *stakeholders* do concelho de Olhão analisou várias dimensões da experiência turística cultural. Os resultados deste estudo estão de acordo com os estudos apresentados na revisão de literatura, partilhando os mesmos desafios já identificados em outros países europeus. Este estudo revela um aspeto muito interessante que consiste na perceção de que a população e as suas tradições são o melhor recurso cultural do concelho. Os resultados obtidos permitiram propor um modelo de experiência turística sustentável, no qual os *stakeholders* são considerados parte ativa no planeamento dos destinos turísticos.

4.6 Limitações e recomendações para estudos futuros

Ao realizar esta investigação registaram-se algumas limitações, nomeadamente a amostra escolhida para o estudo não permite a generalizar os resultados e o estudo poderia também ter sido alargado aos turistas. Para além de entrevistas podiam ser aplicados outros métodos de investigação como o *focus group* o que certamente iria enriquecer os resultados. Em estudos futuros recomenda-se aplicar esta metodologia noutros destinos na região do Algarve, para uma melhor compreensão dos fatores que afetam a sustentabilidade do turismo e a participação dos *stakeholders*. É crucial realizar mais pesquisas para compreender como pode ser feita a colaboração dos *stakeholders* no planeamento turístico, identificar barreiras e encontrar soluções. Sugere-se a criação de um plano de desenvolvimento com a participação ativa da população local e ter em

consideração as suas expectativas sobre o desenvolvimento do turismo. Além disso, é importante analisar com mais profundidade o perfil dos turistas que visitam Olhão e desenvolver tecnologias digitais para a gestão de visitantes e interpretação de bens culturais.

Referências

- Almeida, A. (2018). Building tourism experience through identity decomposition – between local emancipation and international integration Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. *Lus, Revista Culturais, Estudos Journal, Lusophone Studies, Cultural*, 5, 427–442.
- Alves, D., Filho, D., & Henrique, A. (2015). O poderoso NVivo: Uma introdução a partir da análise de conteúdo. *Revista Política Hoje - ISSN: 0104-7094*, 24(2), 119–134.
- Amaral, M., & Figueira, E. (2016). Cooperation Between Actors For Tourism Development: The Appreciation Of Heritage And Cultural Resources In Rural Territories. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics VO - IV*, IV(2), 132. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.307d5b87e114c2abc98b93bee0795f4%26la>
- Aranburu, I., Plaza, B., & Esteban, M., (2016). Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter? *Sustainability (Switzerland)*, 8, 699. <https://doi.org/10.3390/su8080699>
- Artal-Tur, Andres, Briones-Penalver, A., & Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7–18. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14101>
- Bashi, E. (2015). Cultural Heritage of Albania – A Fabulous Economic Source for the Sustainable Economic Development of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 89–94. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.342>
- Batman, Z. P., Demirel, Ö., & Kurdoğlu, B. Ç. (2015). Ecology-based tourism potential of Altindere Valley (Trabzon-Turkey) in regards to the natural, historical and cultural factors. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1115442>
- Belij, S., Ilinčić, M., Belij, J., & Belij, M. (2014). Sustainable planning and tourism development policy exemplified by medieval fortresses along the river Danube. *Glasnik Srpskog Geografskog Društva VO - 94*, 3, 69. <https://doi.org/10.2298/GSGD1403069B>
- Bertagni, S, Boarin, P., & Zuppiroli, M. (2018). The Dialogue between Structural Interventions and Sustainability Criteria in Rating Systems for Cultural Heritage: The Experience of GBC Historic Building. *International Journal of Architectural Heritage*. <https://doi.org/10.1080/15583058.2018.1511001>
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Bogacz-Wojtanowska, E., Góral, A., & Bugdol, M. (2019). The Role of Trust in Sustainable Heritage Management Networks. Case Study of Selected Cultural Routes in Poland. *Sustainability VO - 11*, 10, 2844. <https://doi.org/10.3390/su1102844>
- Boyko, C. T. (2008). Are you being served? The impacts of a tourist hallmark event on the

- place meanings of residents. *Event Management*, 11, 161–177. <https://doi.org/10.3727/152599508785899910>
- Bradshaw, D. (2009). The Power of Culture for Development. *Australian Journal of Adult Learning*, 49(2), 364–381.
- Bucurescu, I. (2015). Managing tourism and cultural heritage in historic towns: examples from Romania. *Journal of Heritage Tourism*, 10, 248. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D108953247%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Buonincontri, P., Marasco, A., Ramkissoon, H., Ramkissoon, H., & Ramkissoon, H. (2017). Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework. *Sustainability (2071-1050)*, 9, 1112. <https://doi.org/10.3390/su9071112>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6–13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism Management*, 53, 229–243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Carter, R. W. (Bill., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797–818. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978787>
- Cerquetti, M., & Ferrara, C. (2018). Marketing Research for Cultural Heritage Conservation and Sustainability: Lessons from the Field. *Sustainability (2071-1050)*, 10(3), 774. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D128693486%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Cetin, G., & Bilgihan, A., (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19, 137–154. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- Çetinkaya, M., & Öter, Z. (2015). Sustainable valorization of cultural heritage via tour guides: Turkish case of Ephesus ancient city. *Valorización Sostenible Del Patrimonio Cultural via Tour Guías: Caso Turco de Efeso Ciudad Antigua.*, 13, 1401. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D111931720%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Current Issues in Tourism Consumer behaviour in tourism : Concepts , influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 1–38. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Cortese, F., D'Ambrosio, I., & Petracca, M. (2019). A possible synergy between culture and religion for the sustainability of tourism of Pompeii. *Sustainability (Switzerland)*,

- 11(8). <https://doi.org/10.3390/su11082231>
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. In *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*. InTech. <https://doi.org/10.5772/38693>
- Cuculovic, R., Mrksa, M., & Cuculovic, A. (2014). Cultural heritage in the function of sustain development of tourism in the municipality of Vrbas. *Glasnik Srpskog Geografskog Drustva Bulletin de La Societe Serbe de Geographie*, 94, 45–64. <https://doi.org/10.2298/gsgd1402045c>
- De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016). *Toward extending creative tourism: participatory experience tourism*.
- Demonja, D., & Gredič, T. (2014). Exploring the “cultural tourism-sustainable development” nexus: The case of Croatia. *Analele Stiintifice Ale Universitatii Al I Cuza Din Iasi - Sectiunea Stiinte Economice*, 61(2), 161–179. <https://doi.org/10.2478/aicue-2014-0012>
- Dessein, J., Soini, K., Fairclough, G., & Horlings, L. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. In *University of Jyväskylä*. <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Roldán, J. L. (2019). The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 491. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D138734024%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrotheme Review*, 3, 180–189. http://macrotheme.com/yahoo_site_admin/assets/docs/19MR37mj.202135138.pdf
- Espeso-Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. (Spanish). *Cultural Tourism Trends. (English)*, 17, 1101. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D140755390%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Fazenda, N. (2016). *Laboratório Estratégico Algarve, Estratégia Turismo 2027 Portugal*.
- FACT. (2019). *Agenda Temática de Investigação e Inovação, Turismo, Lazer e Hospitalidade*.
- Futur, L. M., & Nedelea, A. M. (2018). Cultural Tourism. *Revista de Turism - Studii Si Cercetari in Turism*, 25, 1. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.8a3ac7bc5e1c41d5a4ce07f66086487a%26l>
- Garg, P., & Pandey, A. (2021). Towards sustainable tourism: an empirical investigation. *Foresight*, 23, 188–200. <https://doi.org/10.1108/FS-04-2020-0042>
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. (2003). *Tourism, principles, practices, philosophies*.
- Gonçalves, A. R., Oliveira, A. P. D., & Santos, C. F. (2015). *Fragmentos para a história do turismo no Algarve*. Centro de Estudos em Património, Paisagem e Construção - Universidade do Algarve. <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/8743>
- Halim, S. A., & Ishak, N. A. (2017). Examining Community Engagement In Heritage Conservation Through Geopark Experiences From The Asia Pacific REGION. *Kajian*

- Malaysia: *Journal of Malaysian Studies*, 35, 11.
<http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127161954%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Hatipoglu, B., Alvarez, M. D., & Ertuna, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: The case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306–317. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.11.059>
- Henriques, C.H. (2019). “Turismo Cultural como vetor de Sustentabilidade nas Cidades. Cultural Urban Tourism and its sustainability.” *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol.2, n^o, 327–352.
- Henriques, C. (2014). Algarve Turismo Cultural. *Revista Turismo Em Análise*, 25, 497. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v25i2p497-499>
- Higgins-Desbiolles, F., Moskwa, E., & Wijesinghe, G. (2017). How sustainable is sustainable hospitality research? A review of sustainable restaurant literature from 1991 to 2015. *Current Issues in Tourism*, 22, 1551–1580. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1383368>
- Iliopoulou-Georgoudaki, J, Theodoropoulos, C., Konstantinopoulos, P., & Georgoudaki, E., (2017). Sustainable tourism development including the enhancement of cultural heritage in the city of Nafpaktos–Western Greece. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 24(3), 224–235. <https://doi.org/10.1080/13504509.2016.1201021>
- Ionciã, D., Ionciã, M., Petrescu, E.-C., & Atanase, A. (2018). Protecting National and Cultural Heritage While Promoting Cultural Tourism in Romania – Unsolvability Dilemma or Missed Opportunity? *Cactus VO - XVIII*, 2, 6. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.633a275fd33c4528bfbf83335936db26%26l>
- Jelinčić, D. A., & Senkić, M. (2017). Creating A Heritage Tourism Experience The Power of the Senses. *Stvaranje Doživljaja u Turizmu Baštine. Snaga Osjetila.*, 47(40), 109. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D127079829%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Jeon, M. M., Desmarais, E., Kang, M. (Michelle) M., & Desmarais, E. (2016). Residents’ Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 105–123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19, 605–612. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Katriina Soini, Elena Battaglini, Inger Birkeland, N. D., & Graham Fairclough, L. H. and J. D. F. and L. H. (2015). Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability. In *Culture in, for and as Sustainable Development*. <http://www.culturalsustainability.eu/>
- Kim, C., Bai, B., Kim, P., & Chon, K. (2018). Review of reviews: A systematic analysis of review papers in the hospitality and tourism literature. *International Journal of*

- Hospitality Management*, 70, 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.023>
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51, 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: the intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5/6), 422. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2018.1561703>
- Kristjánsdóttir, K. R., Ólafsdóttir, R., & Ragnarsdóttir, K. V. (2018). Reviewing integrated sustainability indicators for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 583–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1364741>
- Kürüm Varolgüneş, F., Çelik, F., Del Río-Rama, M. de la C., & Álvarez-García, J. (2022). Reassessment of sustainable rural tourism strategies after COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.944412>
- Ladkin, A., & Martinez Bertramini, A. (2002). Collaborative tourism planning: A case study of Cusco, Peru. *Current Issues in Tourism*, 5(2), 71–93. <https://doi.org/10.1080/13683500208667909>
- Lonardi, S. (2020). Sustainable tourism and intangible cultural heritage: The cimbric language in Iuserna/Iusèrn and Giazza, Italy. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 51–63. <https://doi.org/10.2495/ST200051>
- Markwick, M. (2018). *Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development Valletta ECoC 2018 and cultural tourism development*. 6825. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1293674>
- Matei, F. D. (2015). Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 23(2nd Global Conference On Business, Economics, Management and Tourism), 453–460. [http://10.0.3.248/S2212-5671\(15\)00584-5](http://10.0.3.248/S2212-5671(15)00584-5)
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning the futures of cultural tourism. *Futures*, 142(June 2021), 103013. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013>
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29. <https://doi.org/10.1002/jtr.346.abs>
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., & du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, 539–548. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.018>
- Minh, H. V., Lam, T., & Prabhakaran, S. (2021). Perceptions of Key Stakeholders Towards Sustainable Tourism Development: A Case Study in Mekong Delta, Vietnam. *Journal of Asian Finance*, 8, 717–0726. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0717>
- Ministério da Economia. (2017). *Estratégia 2027*. *Estratégia 2027*, 66. http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf
- Mioara, B., & Teodora, M. I. (2015). The Implication of International Cooperation in the Sustainable Valorisation of Rural Touristic Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.377>
- Moher, Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & Grp, P. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement (Reprinted from *Annals of Internal Medicine*). *Physical Therapy*, 89, 873–880. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

- Moldoveau, M., & Neacsu, P. (2018). Knowledge, Information, Value In Sustainable Tourism. *Review of General Management*, 28, 92. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/nso00290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedb%26AN%3D133658700%26lang%3Dpt-pt%26site%3Deds-live%26s>
- Moniz, F., & Simão, J. (2019). A percepção dos stakeholders sobre o desenvolvimento turístico - o caso da ilha de São Miguel, Açores. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 975–988. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.069>
- Noonan, D. S., & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. In *Journal Of Cultural Economics* (Vol. 41, Issue 2, pp. 95–107). <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9300-6>
- Oh, H., Fiore, A., & Jeoung, M. (2015). *Measuring Experience Economy Concepts : Tourism Applications*. 46(November 2007), 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- ONU. (2016). 17 Objetivos para Transformar o Nosso Mundo. *Guia Sobre Desenvolvimento Sustentável*, 1–38. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1411-4>
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39(April), 158–165. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.001>
- Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635, 452–469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>
- Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo Em Análise*, 26(1), 165. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i1p165-187>
- Pickering, C., & Byrne, J. (2014). *The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers*. 4360. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.841651>
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. (1998). *Welcome to the Experience Economy*.
- Portugal, T. de. (2016). *Relatório de Sustentabilidade*.
- Qiu, Q., Zheng, T., Xiang, Z., & Zhang, M. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/SU12010132>
- Quivy, R. (1995). *Raymond Quivy Manual de Investigação em Ciências Sociais*. <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf>
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A.-M., & Campillo-Alhama, C. (2019). ICT and the Sustainability of World Heritage Sites. Analysis of Senior Citizens' Use of Tourism Apps. *Sustainability VO - 11*, 11, 3203. <https://doi.org/10.3390/su11113203>
- Richards, G. (1994). Cultural tourism in Europe. In *Progress in tourism, recreation and hospitality management: Volume 5*. (pp. 99–115). John Wiley & Sons Ltd. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19941803480>
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. In *Cultural tourism in Europe*. (pp. 19–45). Cab International.
- Richards, Greg. (2000). *The Development of Cultural Tourism in Europe* Greg. 1–27.
- Richards, Greg. (2009). Turismo Cultural: Padrões e implicações. *Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências*, 25–48.

- <https://www.researchgate.net/publication/305279908> A questao da autenticidade do objetivismo a fenomenologia do turismo
- Richards, Greg. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, Greg. (2014). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. *Academia.Edu*, 2014, 21–39. <https://doi.org/10.1111/j.1742-1241.2009.02134.x>
- Richards, Greg. (2016). *European Cultural Tourism : patterns and prospects*.
- Richards, Greg. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, Greg. (2019). Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *Tourism Review*, April 2019. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>
- Richards, Greg, & Fernandes, C. (2023). Cultural Tourism During the Covid-19 Pandemic in Portugal. *Tourism, Culture and Communication*, 23(2–3), 219–231. <https://doi.org/10.3727/109830422X16600594683427>
- Richards, Greg, & Munsters, W. (2021). *The Study of Cultural Tourism in Ten Models - Wil Munsters*.
- Richards, Greg, & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Ristić, Z. (2018). Cultural Tourism As A Unique Form Of Sustainable Tourism - Cultural Resources As Tourism Offer Factors. *Kulturni Turizam Kao Poseban Oblik Održivog Turizma – Kulturni Resursi Kao Činioci Turističke Ponude.*, 1, 63–71. <https://doi.org/10.7251/zrefis1817063r>
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(September), 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Rudan, E., Krstinić Nižić, M., & Šverko Grdić, Z. (2021). Effect of Circular Economy on the Sustainability of Cultural Tourism (Croatia). *Ekonomia i Srodowisko*, 76(1), 120–138. <https://doi.org/10.34659/2021/1/7>
- Samsudin, P. Y., & Maliki, N. Z. (2015). Preserving Cultural Landscape in Homestay Programme Towards Sustainable Tourism: Brief Critical Review Concept. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 170(AcE-Bs 2014 Seoul (Asian Conference on Environment-Behaviour Studies), Chung-Ang University, Seoul, S. Korea, 25-27 August 2014), 433–441. <http://10.0.3.248/j.sbspro.2015.01.004>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Shishmanova, M. V. (2015). Cultural Tourism in Cultural Corridors, Itineraries, Areas and Cores Networked. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X Sagittarius), 246–254. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.382>
- Souza, A. De, Brito, M. P., Farias, (2014). Cultural dimensions and image: an essay on the impacts of masculinity and individualism on the interpretation of the sustainability of tourism destinations. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo VO - 8*, 8(2), 238.

- <https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.723>
- States, M., Educational, N., Akka, S., Sena, M., Techo, P., & Sen, H. (2015). *Siem Reap Declaration on Tourism and Culture – Building a New Partnership Model*. 1–5.
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018a). *Memorable tourism experiences : antecedents and outcomes*. 2250. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Stoica, G. D., Andreiana, V. A., Duica, M. C., Stefan, M. C., Susanu, I. O., Coman, M. D., & Iancu, D. (2022). Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14095678>
- Stratan, A., Perciun, R., & Gribincea, C. (2015). Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(Heritage as an alternative driver for sustainable development and economic recovery in South East Europe-Project SEE/B/0016/4.3/X SAGITTARIUS), 116–121. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.346>
- Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, 20(5), 566. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.874420>
- Su, X., Li, X., Chen, W., & Zeng, T. (2020). Subjective vitality, authenticity experience, and intangible cultural heritage tourism: an empirical study of the puppet show. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37, 258–271. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1740141>
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C., & Lu, D. D. (2019). Sustainable synergies between the cultural and tourism industries: An eciency evaluation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23). <https://doi.org/10.3390/su11236607>
- Sukanthasirikul, K., & Trongpanich, W. (2016). Cultural Tourism Experience On Customer Satisfaction: Evidence From Thailand. *Journal of Economic and Social Development (Varaždin)* VO 3, 1, 17. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedsdoj%26AN%3Dedsdoj.930e5cae8fe43adag7b053faf8412e5%26la>
- Taylor, E. (2016). *Culture, tourism and sustainability: an ethnographic study of rural community development in Jamaica*. June, 309. <http://curve.coventry.ac.uk/open>
- Terkenli, T. S., & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from cyclades, Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 14. <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445–461. <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220–232. <https://doi.org/10.1002/sd.384>
- Tölkes, C. (2018). Sustainability communication in tourism – A literature review. *Tourism Management Perspectives*, 10–21. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21, 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism

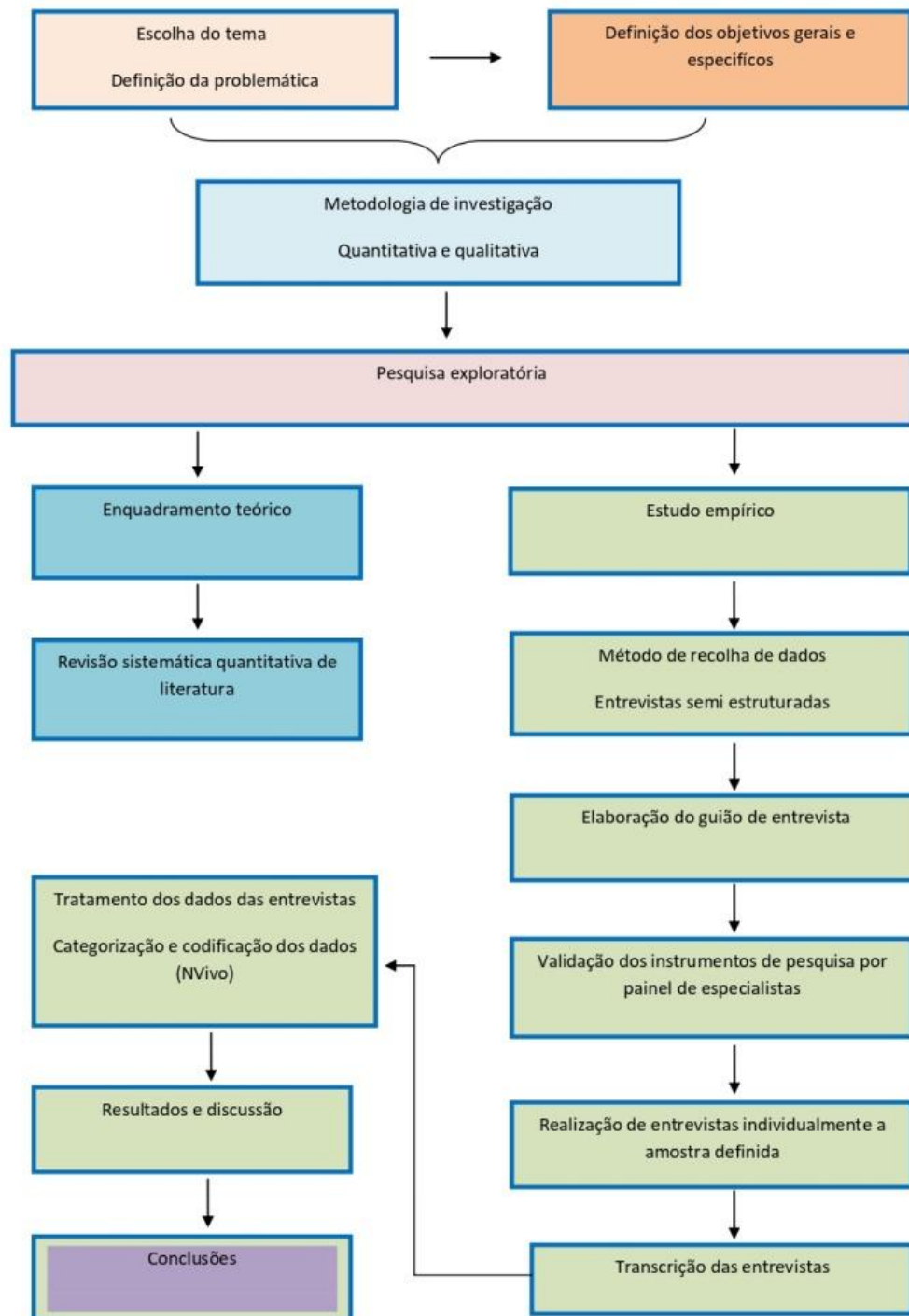
- experiences. *Annals of Tourism Research*, 38, 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- UNESCO. (2019). *Culture 2030 Indicators*.
- UNESCO, W. H. C. (2016). *Sustainable Tourism Online Toolkit Guide 1 Understanding tourism at your destination*.
- Ursache, M. (2015). Tourism – Significant Driver Shaping a Destinations Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.348>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- WCED. (1987). The Brundtland Report: “Our Common Future.” *Medicine and War*, 4(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Weber, F. (2017). *Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations*. Best En Think Tank XVII: *Innovation and Progress in Sustainable Tourism 14-17 June 2017 International Center for Sustainable Tourism*. June.
- Webster, J., & Watson, R. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26.
- World Tourism Organization, & World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. In *Tourism and Culture Synergies*. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- World Tourism Organization. (2020). *Big Data in Cultural Tourism and Enhancing Competitiveness*.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2017). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39, 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Yang, E., Khoo-Lattimore, C., & Arcodia, C. (2017). A systematic literature review of risk and gender research in tourism. *Tourism Management*, 58, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.011>
- Yang, X., & Fan, S. (2017). A Study on the evaluation model of the market potential of cultural tourism resources. *Revista de La Facultad de Ingenieria*, 32, 863–868. <http://widgets.ebscohost.com/prod/customerspecific/ns000290/authentication/index.php?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26AuthType%3Dip%2Ccookie%2Cshib%2Cuid%26db%3Dedselc%26AN%3Dedselc.2-52.0-85038908208%26lang%3Dpt-pt%26>
- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2018). Perception and Attitudes of Local People on Sustainable Cultural Tourism on the Islands: The Case of Nicosia. *Sustainability VO - 10*, 10(6), 1892. <https://doi.org/10.3390/su10061892>
- Yeniasir, M., & Gökbulut, B. (2022). Effectiveness of Usage of Digital Heritage in the Sustainability of Cultural Tourism on Islands: The Case of Northern Cyprus. *Sustainability (Switzerland)*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063621>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2017). New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>
- Zuzana, J. J., & Zuzana, L. L. (2015). *Monitoring System of Sustainable Development in*

Cultural and Mountain Tourism Destinations. *Journal of Competitiveness*, 7(1), 35.
<https://doi.org/10.7441/joc.2015.01.03>

Apêndices

Apêndice A Desenho da pesquisa

DESENHO DA PESQUISA



Apêndice B Dimensões de análise

Objetivos	Dimensões de análise
<p>1. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a relevância da atividade turística para o desenvolvimento dos territórios de forma global e para o município de Olhão, em particular. (Cohen et al., 2014; Ursache, 2015; Moniz & Simão, 2019; Stoica et al., 2022)</p>	<p>Turismo enquanto atividade promotora do desenvolvimento dos territórios</p>
<p>2. Identificar o conhecimento e opinião dos entrevistados relativamente à importância da sustentabilidade no contexto do desenvolvimento dos destinos turísticos de forma global e para o município de Olhão, em particular. (Greg Richards, 2009; Hatipoglu et al., 2016; Garg & Pandey, 2021)</p>	<p>Sustentabilidade Sustentabilidade no desenvolvimento Sustentabilidade no desenvolvimento turístico Sustentabilidade económica Sustentabilidade Social Sustentabilidade Cultural Sustentabilidade Ambiental</p>
<p>3. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a imagem de Olhão enquanto destino turístico (Souza et al., 2014)</p>	<p>Imagem do destino turístico</p>
<p>4. Identificar as estratégias de desenvolvimento turístico consideradas as mais adequadas pelos entrevistados (Cerquetti & Ferrara, 2018; Demonja & Gredič, 2014; Joan Iliopoulou-Georgudaki et al., 2017)</p>	<p>Estratégias de desenvolvimento turístico</p>
<p>5. Conhecer a opinião dos entrevistados relativamente ao posicionamento e capacidade de diferenciação do município de Olhão enquanto destino turístico (Belij et al., 2014; Dessein et al., 2015)</p>	<p>Posicionamento turístico Diferenciação turística</p>
<p>6. Estudar o conceito de experiência turística na perspetiva dos entrevistados, sua importância para os destinos e a forma como estas experiências se podem estruturar enquanto ofertas turísticas (Chen & Rahman, 2018; Garg & Pandey, 2021; J. H.</p>	<p>Importância da experiência turística para os destinos Estruturação da oferta de experiências turísticas Recursos turísticos culturais Oferta cultural</p>

<p>Kim et al., 2012; Pezzi & Vianna, 2015; Greg Richards & Wilson, 2006; Sthapit & Coudounaris, 2018)</p>	<p>Experiência turística cultural sustentável Sustentabilidade cultural no turismo Experiência e diferenciação turística</p>
<p>7. Perceber em que medida os entrevistados reconhecem como atrativos os recursos culturais e a respetiva oferta associada a estes recursos e ao seu potencial, para a criação e/ou desenvolvimento de experiências turísticas sustentáveis diferenciadoras (Jelinčić & Senkić, 2017; X. Su et al., 2020; Terkenli & Georgoula, 2022; Tölkes, 2018; Yeniasır & Gökbulut, 2022)</p>	
<p>8. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a importância da participação dos stakeholders no processo de planeamento turístico e na operacionalização das respetivas estratégias em geral e associado à oferta baseada nos recursos culturais e naturais em particular (Byrd, 2007; Minh et al., 2021; Roxas et al., 2020; Stylianou-Lambert et al., 2014; Tosun, 2000; Ursache, 2015; Waligo et al., 2013)</p>	<p><i>Stakeholders</i></p> <p>Redes (trabalho em rede)</p> <p>Colaboração (entre <i>stakeholders</i>)</p> <p>Planeamento sustentável</p> <p>Operacionalização das estratégias</p> <p>Participação/colaboração</p> <p><i>Stakeholders</i></p>

Apêndice C Guião de entrevista

Objetivos	Dimensões de análise	Perguntas – entrevistas aos stakeholders
1. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a relevância da atividade turística para o desenvolvimento dos territórios de forma global e para o município de Olhão, em particular	Turismo enquanto atividade promotora do desenvolvimento dos territórios	1. Qual a sua opinião sobre o papel do turismo em termos globais?
		1.2 E para o concelho de Olhão?
2. Identificar o conhecimento e opinião dos entrevistados relativamente à importância da sustentabilidade no contexto do desenvolvimento dos destinos turísticos de forma global e para o município de Olhão, em particular	Sustentabilidade	2. O que considera ser um desenvolvimento sustentável?
	Sustentabilidade no desenvolvimento	
	Sustentabilidade no desenvolvimento turístico	
	Sustentabilidade Cultural	3. Quais as principais questões que se colocam em termos culturais?
	Sustentabilidade no desenvolvimento turístico	4. Considera que o turismo em Olhão se tem desenvolvido de forma sustentável?

3. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a imagem de Olhão enquanto destino turístico	Imagem do destino turístico	5. 1 Qual a imagem que tem do destino turístico Olhão?
		5.2 Em relação à oferta turística?
		5.3 Em relação à procura?
		5.4 Em relação à forma como tem sido comunicada a imagem de Olhão enquanto destino turístico?
4. Identificar as estratégias de desenvolvimento turístico consideradas as mais adequadas pelos entrevistados	Estratégias de desenvolvimento turístico	6. Na sua opinião, quais deverão ser as apostas estratégicas para Olhão enquanto destino turístico?
5. Conhecer a opinião dos entrevistados relativamente ao posicionamento e capacidade de diferenciação do município de Olhão enquanto destino turístico	Posicionamento turístico Diferenciação turística	7. Quais serão os produtos turísticos que permitem, na sua opinião, diferenciar o turismo no município de Olhão, face às outras zonas do Algarve e face a outros destinos?
6. Estudar o conceito de experiência turística na perspectiva dos entrevistados, sua importância para os destinos e a forma como estas	Importância da experiência turística para os destinos Estruturação da oferta de experiências turísticas	8. Em que medida a experiência turística assume importância para os destinos?
		9. Como deve ser estruturada a oferta de experiências turísticas em Olhão de forma a valorizar este destino?

experiências se podem estruturar enquanto ofertas turísticas		
7. Perceber em que medida os entrevistados reconhecem como atrativos os recursos culturais e naturais e a respetiva oferta associada a estes recursos e ao seu potencial, para a criação e/ou desenvolvimento de experiências turísticas sustentáveis diferenciadoras	Recursos turísticos culturais e naturais	10. Na sua perspetiva, quais são os recursos culturais existentes no concelho que considera mais importantes para o desenvolvimento de experiências turísticas sustentáveis em Olhão?
	Oferta cultural e oferta baseada nos recursos naturais	10.1 Em relação à oferta cultural do concelho, como avalia a sua importância para a criação de experiências turísticas culturais sustentáveis?
	Experiência turística cultural e ambiental sustentável Sustentabilidade cultural e ambiental no turismo Experiência e diferenciação turística	11. Qual a importância que atribui a estas questões (associadas à cultura e aos recursos naturais) face por exemplo à necessidade de outras componentes da oferta turística como experiências turísticas organizadas, alojamento, transportes, atividades desportivas?
8. Conhecer a opinião dos entrevistados sobre a importância da participação dos stakeholders no processo de planeamento turístico e na operacionalização das respetivas estratégias em geral e associado à oferta baseada nos recursos	Stakeholders	12. Que contributo e importância atribui aos vários stakeholders/partes (público, privado, associativo) para o desenvolvimento sustentável do turismo a nível de planeamento e da operacionalização, em termos gerais?
	Redes (trabalho em rede) Colaboração (entre stakeholders) Planeamento sustentável Operacionalização das estratégias Participação/colaboração Stakeholders	
		13. E ao nível do planeamento e operacionalização em termos de turismo

culturais e naturais em particular		cultural sustentável?
<p>14. Gostaria de referir algum outro aspeto sobre o qual não tenhamos falado ou que considere importante desenvolver as suas ideias tendo em consideração estas questões do desenvolvimento turístico sustentável de Olhão? Alguma visão para Olhão que gostaria de partilhar?</p>		

Apêndice D Stakeholders entrevistados

SETOR		DURAÇÃO	CÓDIGO
PÚBLICO	Regional	22:58'	ESP1
		30:20'	ESP2
		1:12:58'	ESP3
		48:46'	ESP8
		20:39'	ESP7
	Local	1:06:16'	ESP5
		58:02'	ESP6
		48:30'	ESP4
PRIVADO	Agências de viagens	35:07'	ESPR9
	Alojamento Local	1:02:05'	ESPR10
		1:49:23'	ESPR11
		24:29'	ESPR12
		1:03'	ESPR13
		3:33:09'	ESPR14
		49:19'	ESPR15
		Animação turística	1:09'
	1:23:40'		ESPR17
	52:09'		ESPR18
	1:23:21'		ESPR19
	Comércio Local	1:03:42'	ESPE20

		47:18'	ESPR21
	Empreendimentos turísticos	1:13:29'	ESPR22
	Restauração	1:37:37'	ESPR23
ASSOCIATIVO	Associações empresariais	1:02'	ESA24
	Associações do 3.º setor	1:22:24'	ESA25
		1:03'	ESA26
RESIDENTES		1:38:39'	ER27
		1:36:36'	ER28
		20:35'	ER29
		57:02'	ER30
Total		27:68h(1660.6')	30

Apêndice E E-mail de pedido de colaboração em língua portuguesa

Exm. Sr.

O meu nome é Vânia Mendonça, sou aluna do Mestrado em Turismo na ESGHT, Universidade do Algarve a minha dissertação de mestrado centra-se no desenvolvimento cultural sustentável, em particular na componente da oferta e experiências turísticas culturais sustentáveis sob orientação da professora Ana Renda e do professor Néilson de Matos integrados na ESGHT/UAlg.

No âmbito da referida investigação necessitamos da sua colaboração para realizar uma entrevista. O seu contributo é indispensável para o sucesso deste trabalho de investigação pelo que agradecemos desde já a sua participação. A entrevista pode ser realizada por vídeo chamada, pessoalmente ou por telefone.

De notar que as respostas serão inteiramente confidenciais e os resultados destinados exclusivamente a tratamento e análise através de software informático especializado.

Para mais informações ou esclarecimentos, por favor, não hesite em contactar:

a@... ou 9...

Agradeço a atenção dispensada, e despeço-me com os melhores cumprimentos,

Vânia Mendonça

E-mail de pedido de colaboração em língua inglesa

Dear Mr/Mrs

My name is Vânia Mendonça, I am Master student in Tourism at University of Algarve, my master's dissertation on sustainable cultural development, focuses in particular on the component of sustainable tourism and cultural experiences under the guidance of Professor Ana Renda and Professor Néilson de Matos, who are integrated in ESGHT / UAlg.

In the scope of the referred research, we need your collaboration for an interview. Your contribution is very important for the success of this research and we would like to thank you in advance for your collaboration.

It should be noted that the responses will be entirely confidential and the results intended exclusively for treatment and analysis using specialized computer software.

For more information or clarification, please do not hesitate to contact:

a@.... Or 9...

Thank you for your attention.

Best regards,



Certificate of Completion

Vânia Mendonça

Completed Course:

GSTC Sustainable Tourism Training (STTP-2105)

June 06, 2021

certificate no. TRADCOCG00007871



Apêndice G Formação em “Inovação e novos caminhos sustentáveis”, Turismo de Portugal



Certificado de Participação

Certifica-se que **Vânia Manuela Machinho Mendonça** participou no **Inovação e Novos Caminhos Sustentáveis**, enquadrado no âmbito do *Programa UPGRADE*, do Turismo de Portugal e promovido pela **Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve**, no dia 14 de Maio de 2021, com a duração de 12 horas.

Faro, 14 de Maio de 2021

O(A) Diretor(a)

Paula Vicente Viegas

PROGRAMA UPGRADE / UM FUTURO MELHOR

Certificado Nº: 1716 / 2021
Código de verificação: 105469540Vwllge

Apêndice H Participação no T- Forum

CERTIFICATE



This is to certify that the paper entitled "**The Sustainable Cultural Tourism Experience**", authored by **Vânia Mendonça, Ana Isabel Renda & Néilson de Matos** was accepted and presented by **Vânia Mendonça** at the **t-Forum 2020 Global Conference** - "Breaking Old Barriers for a New World: Mobilizing Tourism Intelligence to Survive", conducted online, from 4 to 6 November 2020.

Chair
t-Forum 2020 Global Conference

A handwritten signature in black ink that reads 'João Albino Silva'.

João Albino Silva
University of Algarve;
Research Centre for Tourism,
Sustainability and Well-being, Portugal



Apêndice I Submissão de artigo

15/09/2024, 18:53

Correio – VÂNIA MANUELA MACHINHO MENDONÇA – Outlook

Current Issues in Tourism - Manuscript ID draft

Current Issues in Tourism <onbehalf@manuscriptcentral.com>

sex, 18/09/2020 16:28

Para: VÂNIA MANUELA MACHINHO MENDONÇA <a17427@ualg.pt>

18-Sep-2020

Dear Mendonça:

A manuscript entitled "Sustainable Cultural Tourism Experience - A Systematic Quantitative Literature Review" has been received and is presently awaiting further action from you before consideration for publication in the Current Issues in Tourism.

Please log in to <https://mc.manuscriptcentral.com/cvp-cit> to take action on this paper. It can be found in the 'External Submission in Draft' folder, within your admin centre.

Sincerely,

Current Issues in Tourism Editorial Office



Certifica-se que:

Certificado

Vânia Mendonça

Apresentou a comunicação «Contributos da experiência turística cultural para o desenvolvimento sustentável dos destinos: revisão crítica de literatura».

Coautores: Ana Isabel Renda e Nelson Matos

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve,
2 de outubro, 2020.

Professora Doutora Alexandra Gonçalves
Diretora



Apêndice K Proposta de capítulo aceite

Chapter Approved

1 1 1 1 1

Para: VÂNIA MANUELA MACHINHO MENDONÇA

qua, 05/01/2022 04:53

Cc:



Dear Vânia Mendonça,

I am pleased to inform you that your chapter, "Moving towards sustainable cultural tourism experiences, a participatory journey: The stakeholders perspective," submitted to "Handbook of Research on Cultural Tourism and Sustainability" has passed the editorial review phase. Next, your chapter will be submitted to IGI Global for a final check to ensure that all publication requirements have been met. Your submission cannot be formally accepted for publication until this final step is complete. To ensure the timely and efficient completion of this step, please check that you have completed the following:

- All requirements and guidelines have been met as outlined in the Before You Write guide: <http://www.igi-global.com/publish/contributor-resources/before-you-write/>
- All requirements and guidelines have been met as outlined in the Organization and Formatting guide: <https://igiprodst.blob.core.windows.net/public-publish/edited-chapter-organization-and-formatting.docx>

Apêndice L Sistema de transcrição

Símbolo	Designação	Utilização
(texto)	Parênteses curvo	Indica dúvidas na transcrição ou segmento de texto incompreensível
(texto)?	Parênteses curvo e ponto de interrogação	Quando não se tem a certeza
((texto))	Parêntese curvo duplo	Descrição do transcritor
(# segundos)	Parênteses curvo com indicação de tempo	Indica em segundos pausas e silêncios
<u>Sublinhado</u>	Sublinhado	Ênfase no discurso
:::	Dois pontos	Prolongamento de som
((<i>itálico texto</i>))	Parênteses curvo e texto em itálico	Indica anotação de atividade não verbal
=	Igual	Quebra e continuação da mesma ideia

Adaptado JEFFERSON, Gail. Glossary of transcript symbols with an introduction. In: LERNER, Gene. (org.) Conversation Analysis. Studies from the first generation. Amsterdam: Benjamins, 2004. p. 13-31.

Apêndice M Transcrição de entrevistas

Transcrições de entrevistas

Código: ESP1

Timespan	Content	Pergunta
0:00.0 - 0:35.0	O turismo é uma atividade económica que tem se revelado fundamental para o desenvolvimento económico em regiões que têm esse potencial e cada vez mais as pessoas que têm vontade de conhecimento, vontade de tirar partido e as acessibilidades são mais fáceis. Portanto, o turismo é uma peça fundamental no desenvolvimento económico neste momento de qualquer região.	1.
1:01.2 - 1:39.4	O turismo no concelho de Olhão é fundamental porque primeiro há aqui um conjunto de infraestruturas e condições naturais que podem ser organizadas com base na procura turística quer do lado das ilhas, quer do lado da Ria, quer do lado da produção do marisco, do marisco e não só o marisco, peixe e pesca, pode ser e é fundamental, tem se revelado nos últimos tempos.	1.1
1:39.4 - 3:27.9	O desenvolvimento sustentável, assim usando uma expressão muito simples, é se tem crescimento de mais de 2 dígitos ou 2 dígitos é muito difícil ter um crescimento sustentável, o crescimento sustentável é aquele que equilibra as componentes ambientais, as componentes sociais, as componentes económicas, os equilíbrios sociais que existem, porque com crescimentos muito significativos o que é que acontece? Há um conjunto de infraestruturas que são necessárias que surgem de forma muito rápida, pouco equilibrada e o que acontece não vai ao encontro das várias dimensões, nomeadamente ambientais, sociais, por exemplo, no caso do Algarve foi um crescimento muito, muito rápido que levou aqui a um desequilíbrio na mão de obra necessária disponível, desequilíbrio na habitação basicamente houve aqui um conjunto de desequilíbrios e isso não é na minha opinião não é sustentável. Sustentável é crescimentos mais baixos de maneira que a sociedade e a economia se consigam ir ajustando a esta procura e indo inovando o fator de criatividade nessa inovação. Porque se o crescimento é muito alto acaba tudo, independentemente de haver inovação,	2.

	independentemente de haver ciência, independentemente de todos esses fatores. O crescimento sustentável é moderado, consistente de maneira que todas as áreas se vão ajustando a este impacto.	
6:28.4 - 7:59.4	Em termos culturais eu penso que o concelho de Olhão tem apostado num evento nacional, relativamente a cultura, literatura, cultura, etc. naturalmente do ponto de vista turístico você está a apostar no desenvolvimento turístico para turista tem que ter uma agenda cultural que seja relativamente universal, não pode ter aspetos muito particulares da vivência do dia a dia de Olhão. Aí Olhão o que pode ser transversal e universal e o que é que as pessoas possam tirar partido, por exemplo, explorar a Ria, embora isso seja a dinâmica turística tem que ter o cariz que possam ser absorvidos por pessoas de diferentes origens, diferentes <i>backgrounds</i> , por exemplo toda a gente conhece as cidades de Itália porque está na cultura da sociedade europeia, para mim tem que encontrar qualquer que seja consumido pelo turismo e que seja facilmente absorvido não pode ser demasiado particularizado, senão as pessoas não chegam lá e não cria valor, não é? Não vale a pena investir numa coisa que vou ver uma vez e vou esquecer 5 minutos depois. A agenda cultural tem que ser uma agenda que seja relativamente universal também.	3.
9:04.3 - 10:10.9	Basicamente Olhão até agora o que eu noto no turismo é a questão da restauração, a restauração tem tirado partido do conjunto de matérias primas que ali tem e ali à volta, e acho que Olhão tirou mais partido disso do que do resto pode ter existido, mas eu não conheço os números que é segundas habitações, ou seja, pessoas que compraram casas e se fixaram ali, que do ponto de vista do turismo residencial pode ter tido impacto, mas eu não conheço os números (...), e isso pode também ser uma oportunidade naturalmente porque o custo de vida é baixo e pode ter havido oportunidades para o turismo residencial, pessoas que consomem, que se fixam, que habitam e que de certa forma criam desenvolvimento económico e social para o concelho.	4.
10:10.9 - 10:30.3	Basicamente a via litoral e restaurantes, a Avenida marginal e restaurantes é a imagem que eu tenho de Olhão em termos turísticos.	5.
12:02.8 - 13:11.1	Eu penso que não tem sido muito comunicada, Olhão tem alguma dificuldade em comunicar debaixo da <i>umbrella</i> do Algarve porque você tem aqui outros destinos que têm muita consistência e penetração em determinados mercados, e Olhão não tem tido grande comunicação de grande intensidade, se comparar com Albufeira, comparar Lagos ou comparar Portimão e outros sítios que têm grande visibilidade como a costa vicentina em relação surf. Olhão tem tido mais dificuldades em afirmar-se, tem que se afirmar em questões	5.1

	mais concretas, penso que as pessoas vão mais a procura do que é genuíno do que propriamente uma publicidade que os faça chegar lá.	
13:11.1 - 13:49.6	Basicamente é apostar para já nos online <i>tour operators</i> , apostar nas redes sociais conforme a divulgação, divulgação de produtos genuínos, e começar a ter o restaurante mais importante, uma visita brilhante à Ria, nadar com atuns, coisas que são <i>sui generis</i> e únicas para ficar <i>top of the mind</i> na cabeça dos clientes.	6.
13:49.6 - 14:39.5	Penso que é basicamente a Ria as ilhas barreira, as praias no interior da Ria, por exemplo nadar com os atuns que é único e depois a restauração, o marisco, etc., basicamente é uma forma de marketing sensorial que fica completamente na memória das pessoas. A pessoa tem uma refeição de marisco ou de peixe aqui e fica satisfeito isso fica uma impressão duradoura na memória e é contagiante certamente.	7.
14:39.5 - 15:30.6	Naturalmente se não houver <i>repeaters</i> o destino acaba por morrer, se você não tiver clientes que repitam, pronto já não tem, ou seja a imagem e a experiência que eles têm lá é fundamental para retornarem e recomendarem a outros porque de outra forma é muito difícil, tem clientes que vêm para o Algarve que vem 2, 3 vezes por ano ao longo dos anos alguns já há 50 anos, é muito difícil você estar a angariar clientes novos todos os anos para um destino, a experiência é fundamental para ser partilhada nos grupos.	8.
15:30.6 - 16:38.9	Basicamente temos que pensar quem vai a Olhão, quem chega ali não é dali, e tem que ter um ser um serviço preparado para um standard internacional, você pode ter um italiano, pode ter um francês, pode ter um inglês, pode ter outra nacionalidade qualquer e aí tudo o que lidar com o turista tem que estar a um nível internacional quer a nível de línguas quer a um nível de um conjunto de fatores que são valorizados por esses clientes por isso mesmo acho que Olhão tem de caminhar é para aí, criar standards que sejam facilmente percebidos e aceites por clientes independentemente da sua origem, naturalmente temos agora a questão da saúde pública, isso é fundamental para o próximo futuro, nos próximos anos vai estar em cima da mesa perceber se aquilo é seguro ou não é seguro, se vamos ser incluídos ou não vamos ser incluídos e vamos ver a diferença.	9.
16:38.9 - 17:10.8	Não tenho essa informação, não consigo dar essa resposta porque não conheço em detalhe culturalmente a agenda de Olhão, conheço um ou outro, mas não tenho os elementos para dar essa informação.	10.

17:10.8 - 18:09.8	Não, não tenho essa informação.	10.1
21:46.1 - 22:27.4	Todos devem participar, são fundamentais porque o setor público relativamente às políticas públicas é fundamental, o privado (...) ((operacionalização)) O setor público tem que liderar, gere os impostos de todos, mas tem de ter a colaboração do setor privado senão o setor privado se nada fizer não tem experiência.	12.
22:27.4 - 22:48.3	Aí é basicamente o público e privados alguns que tenham relevância não podem ser todos naturalmente o termo todos dá para tudo, e basicamente eu acho que tem de ser alguns que tenham relevância, fazer uma opção, aqueles que tiverem relevância é que devem participar (...). Público e privado com objetivos definidos, com programas, com metas, com targets a serem atingidos. A pôr em prática será mais os privados, é mais fácil serem os privados que ser o público, os públicos estão lá para apoiar. A questão que se põe é que os privados é que devem dinamizar isso não devemos ter aqui uma completamente de solidão, solidão no sentido de todos os fatores de pressão serem públicos.	14.
22:27.5 - 22:57.7	Não, para já não. Você tinha aí muitas perguntas e fui respondendo às perguntas, por isso mesmo acho que está tudo.	15.

Código: ESP2

Timespan	Content	Pergunta
0:00.0 - 0:38.7	O papel do turismo não só aqui na região de Olhão, mas em todo o Algarve tem um papel importantíssimo, portante é o <i>income</i> da maior parte da população, portanto está ligado a tudo o que está diretamente ligado ao turismo, restauração, hotelaria, é um grande motor do desenvolvimento aqui do Algarve, portanto o papel é importantíssimo.	1.
1:40.6 - 2:48.0	Acho que foi bastante importante, principalmente até notou-se bem a diferença quando foi criado aqui o hotel Real Marina notou-se bem a diferença, ou seja, quem andava nesta marginal há uns anos atrás e quem anda agora vê perfeitamente a diferença. O facto do Marina hotel ter vindo para cá trouxe depois também outras atividades como apêndices, digamos assim, que ajudou também a dinamizar aqui a cidade e a atividade económica e turística aqui da cidade. Isto porque todas estas empresas do marítimo-turísticas, a própria restauração, a oferta do alojamento local tudo isto teve um desenvolvimento brutal nos últimos anos aqui especificamente aqui em Olhão.	1.2
2:48.0 - 3:21.7	Um desenvolvimento sustentável, portanto, terá que ser um desenvolvimento com pés e cabeça, mantendo sempre as questões ambientais na ordem do dia e, portanto, tem que ser um investimento sempre feito com esse pensamento em mente. Essencialmente as questões ambientais e toda a envolvimento da Ria Formosa nomeadamente aqui em Olhão.	2.
8:15.1 - 9:31.5	Eu acho que temos condições, temos boas condições a nível cultural, boas infraestruturas, a cidade tem um auditório, um bom auditório, julgo que há falta de cinemas só temos os que estão ali no <i>shopping</i> , como é óbvio havendo um espaço para concertos, para peças de teatro como é o auditório poderia haver mais concertos de outro tipo de bandas ou de artistas que tragam muito público, como já tem havido nestes últimos anos houve um salto qualitativo e não só quantitativo, mas também qualitativo nesse aspeto. E como é óbvio isso é sempre um chamariz em termos turísticos, será é sempre também um chamariz. Quem vem para cá de férias e se tiver também uma oferta mais condicente será sempre mais agradável.	3.
10:10.2	- Acho que de uma forma geral sim, embora esta questão que eu referi da carga de embarcações isso não é só	4.

11:38.7	aqui a nível nacional também se verifica, obviamente que em Olhão se verifica mais pelas características da cidade, da população, pelos hábitos da população muito virada para o mar e para a Ria, há muita gente que vive do que a Ria dá, portanto, viveiristas e portanto, se não for cuidada, se não for regulada essa atividade marítimo-turística, náutica de recreio, os fundidores, as zonas de fundidor na Ria Formosa julgo que será uma situação depois algo complicada de gerir, porque não havendo ordem e não tendo um ordenamento do território digamos assim, depois é muito complicado promovermos a sustentabilidade da Ria Formosa e do turismo nela existente.	
11:38.7 11:49.5	- Essencialmente a Ria e as praias das ilhas.	5.
13:01.3 13:23.3	- Sim, penso que a comunicação tem sido feita com pés e cabeça e acho que tem tido frutos, tem tido bons frutos.	5.1
13:23.3 14:36.0	- Pergunta complicada, eu acho que mais turistas, não muito mais, porque como eu falei a capacidade de carga não é muita, em termos de espaço é um espaço pequeno e limitado, limitado em espaço, como é óbvio, e agora tem que se apostar na qualidade acima de tudo é na qualidade, é mais por aí que eu vejo. Sim, também ((redes sociais)). Se for feita uma campanha (redes sociais) enfim com qualidade julgo que será uma forma, hoje em dia tem de ser, está tudo dependente das redes sociais, quem quer comunicar uma ideia hoje em dia tem que passar obrigatoriamente pelas redes sociais.	6.
14:36.0 15:55.7	- A nível da gastronomia temos:: para além dos pratos temos também algumas iguarias típicas, a nível de doçaria também, e depois também a nível do turismo no global lá está temos a Ria Formosa que é única, as praias das ilhas que também já são conhecidas por muita gente, mas que ainda continuam a ser desconhecidas para muitas e na minha opinião também são únicas, portanto, as praias das ilhas são muito próprias, não diria que são as melhores do país, aí também tenho outras praias, na minha opinião, que também por outras razões também são praias muito bonitas e boas praias, mas estas definitivamente são umas praias fabulosas que temos aqui.	7.
15:55.7 16:55.6	- Isso faz toda a diferença, aliás as viagens, quem gosta de viajar gosta de experiências e de memórias, e obviamente se tiver experiências memoráveis fará toda a diferença, quem viaja e procura esse tipo de memórias faz toda a diferença e todo esse tipo de atividades que poderão promover que as pessoas	8.

	adquiram memórias que durem muitos anos e que faça que as pessoas queiram voltar.	
16:55.6 17:33.7	- Relativamente a essa pergunta, não lhe sei responder muito bem, não é a minha área. Julgo que nesse aspeto não posso avançar muito. Estar aqui a escorregar aqui numa área que não me é conhecida.	9.
17:33.7 17:58.0	- Ria Formosa acima de tudo, as praias o centro histórico que é único também, julgo que temos aqui muitas condições para criar essas experiências únicas.	10.
17:58.0 18:42.8	- Eu acho que ainda não temos oferta suficiente, como referi há pouco tem melhorado bastante tanto em termos quantitativos como qualitativos, mas acho que temos que dar um salto na qualidade, um salto maior, tem que ser dado um salto maior para ser um chamariz para quem nos visita.	10.1
20:45.0 21:48.0	- Acho que todos, todos têm o seu papel e o seu quinhão. Para as coisas serem feitas de forma sustentável julgo que têm que ser ouvidas todas as partes e acho que é importante. ((operacionalização)) Não, aí quando é para pôr em prática já serão só alguns, já quem tem competências nesse ramo é que deve atuar, o setor público por si só não consegue porque tem que ter o setor privado para dar algum financiamento digamos assim, mas sim.	14.
21:44.6 22:20.8	- Eu acho que o setor público obviamente e ouvindo se calhar, não há forma de agradar a todos, mas enfim, acima de tudo o setor público. ((Operacionalização)) Também ((setor público)).	13.
23:26.0 24:32.5	- Não, penso que não. Em termos se calhar de oferta, lembrei-me agora a questão dos transportes para as ilhas principalmente no verão se calhar aumentar a oferta de transportes para as pessoas se poderem deslocar porque realmente chega a uma altura que torna-se um bocadinho complicado, as pessoas queixam-se e com alguma razão, se calhar a oferta podia ser melhorada. ((visão para Olhão)) Não, acho que as coisas até têm estado no bom caminho, de momento não me ocorre assim nada.	15.

Código: ESP3

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:09.1	O turismo é importante porque leva as pessoas a conhecer outras realidades e eu como comecei a fazer turismo numa perspectiva cultural, portanto, o turismo é aquilo que me levou a poder conhecer ao vivo aquilo que eu já conhecia de livros e, portanto, o viajar, acima de tudo, o turismo é o sair do sítio onde se está e, portanto, acho que é muito enriquecedor, ajuda a conhecer o diferente e nesse diferente encontramos muitas coisas que conheces. Por isso eu acho que nos redimensiona, muitas vezes positivamente, não estou a dizer que seja achar que somos pequeninos, não, acho que nos redimensiona porque nos faz olhar de fora para nós também porque quando saímos olhamos para nós de outra maneira e enriquecemos o nosso interior enriquecemos imenso o turismo, é importante que exista.	ESP3	1.
3	1:39.0 - 3:15.4	Igual. (0.6') Portanto, eu acho que em Olhão tem, atrevo-me a dizer que o que me levou a viver em Olhão foi não haver muitos turistas, ser uma terra que estava habitada intensamente o ano todo, portanto, não sentia muito, também não sou muito de andar na rua nas horas de ponta, digamos assim, é uma terra que sempre teve gente de inverno e verão, teve sempre gente não é daquelas terras do Algarve que ficam fantasmas durante o inverno. Portanto, acho que Olhão sempre teve um certo turismo, tinha gente que vinha a Olhão não sei se do ponto de vista deste turista cultural, mas vinha a Olhão por gostar da restauração, por gostar de ser mais típico, por ser mais genuíno por ser um bocadinho diferente dum certo Algarve, isso acho que Olhão sempre teve, Penso que neste momento está a perder um bocadinho isso, a minha percepção é essa, está a ficar mais igual, acho que não vai ficar vazio no inverno e ficar mais cheio, se calhar, no verão não sei porque é uma coisa relativamente recente, estes alojamentos locais que nasceram em Olhão.	ESP3	1.1
4	3:15.4 - 5:31.8	Pois, o desenvolvimento sustentável é uma coisa que hoje se fala muito no desenvolvimento sustentável no sentido de termos, de gastarmos aquilo que já existe, não	ESP3	2.

		<p>é? Portanto, dos aspectos da natureza, no caso de Olhão da pesca, no caso de várias valências que os vários sítios, até por causa do ambiente, portanto, para o turismo também provoca muito como é que se diz, muita poluição os transportes portanto, o desenvolvimento tem de ser uma coisa que não expulse as pessoas do centro, que não provoque aquilo que se chama a gentrificação que nos últimos anos se falava em Lisboa e no Porto, não é? E não sei se isso em Olhão não estava já a começar a acontecer. Portanto, acho que isto, imagino que em Olhão seja o que queiram fazer, não sei o que querem fazer estou a ver, vejo a ficar muito grande, Olhão está muito grande com prédios muito grandes à beira mar, está a ficar mais parecido com aquelas cidades que nós não gostávamos de ver e que dizíamos ainda bem que não aconteceu em Olhão e eu estou a começar a ver onde está o Marina Hotel ao lado quase ao lado ao pé da Polícia está a haver uma frente ribeirinha grande e isso faz-me um bocadinho de impressão, mas compreendo que as pessoas querem ver, Olhão por exemplo tem uma marina a desenvolver e todo o apoio a quem chega de barco, por exemplo, mas também não sei dizer muito mais sobre isso.</p>		
7	11:09.7 18:42.1	- Eu em termos culturais, olhe, eu sempre gostei de Olhão sempre achei graça, mesmo antes de vir para cá viver, porque achava que as pessoas de Olhão gostavam de viver em Olhão, havia alguma movimentação, havia (...) Havia aqui o café que era o Catita que era uma coisa meio assim, lembra-se disso? Mas aquilo começou por ser um bar muito engraçado, com muita vida cultural, outro tipo de música etc. Eu acho que Olhão tem um bocadinho de tudo tem um bom Conservatório de Música, não sei até que ponto esteve a fazer um trabalho, uma vez veio no jornal um trabalho com os miúdos nas escolas de levar lá professores de música clássica às escolas, haver outro tipo de ensino a crianças, não só aquelas que estavam no Conservatório. Sei que a Casa da Juventude de Olhão fazem um trabalho muito próximo da juventude, eu acho que há um grande trabalho a MOJU faz-se muitos junto dos jovens acho que há preocupação, grupos de teatro, acho que há uma grande vontade de dinamizar e, de até de alguma maneira, conter alguns dos problemas sociais que estávamos a falar precisamente através desta movimentação e dinamização dos jovens e dos grupos juvenis e não os deixar abandonados, uma pessoa que eu tenho uma grande admiração é o	ESP3	3.

sr. Evaristo, uma grande admiração pessoal por ele e pelo trabalho que ele faz e depois, por exemplo, Olhão apoia o Poesia a Sul, é uma criação muito bonita digamos mesmo no país. Olhão também acolheu o FICLO, por exemplo, o Festival de Cinema e Literatura que são momentos (...) o da poesia como o FICLO, a Feira do Livro, que eu até estive envolvida, com uma dinâmica um bocadinho diferente do que as outras comuns que se tem visto aí pelo Algarve, como há sempre essa disputa com Faro, mas verdade muitas delas bem melhores, bem mais com organização mais literária dado que a Feira do Livro até do que outras, depois o próprio teatro tem algumas coisas também, não sei assim não sei até que ponto auditório não é, enfim, eu já não sei como é essa programação e depois tem se encontrado outras estruturas, o República 14 que agora também faz, acho que há algumas, não digo muitas, mas há o ELOS Clube de Olhão está assim um bocadinho adormecido, mas a Universidade Sénior de Olhão tem uma disciplina ligada ao cinema e, portanto, fazem lá cinema também penso que é aberto a outras pessoas, outras pessoas podem ir, portanto, na outra República que não é a República 14 na outra Recreativa, portanto, eu acho que existem coisas a biblioteca acho que aquele sítio podia ser muito mais bem aproveitado, acho que devia ser mais pronto, haver os clubes de leitura, se calhar existem mas não se sabe muito bem o que é que a biblioteca faz. Eu sou uma grande utilizadora da biblioteca, sou uma grande utilizadora como leitora, vou lá buscar coisas vou à biblioteca e vou lá buscar livros mas às vezes há exposições, aquele sítio ali em baixo não é o mais simpático, há exposições lá em baixo mas pronto, não há falta de atividades culturais em Olhão, os concertos do Conservatório de Música de Olhão são muito bons com grande qualidade mas grande qualidade que não envergonha ninguém em lado nenhum, portanto, não é uma coisa localzinha e depois, pois claro também há aquela coisa das atividades culturais mais populares. Mas se me pergunta se há coisas a fazer? Claro que há a fazer isso é uma coisa que mais uma vez não é fazer pontualmente é uma coisa estrutural porque enfim, casa onde não há pão todos ralham ninguém tem razão, na casa em que não há comida sobre a mesa se calhar não vão dizer ao menino, sim, sim vais aprender violino. Mas de qualquer maneira é possível fazer esse trabalho com as crianças com a questão da música em relação ao património, eu sei que o museu de Olhão também promoveu em relação à cultura fizemos uma série de promoções de ações de património imaterial e Olhão replicou aqui

		<p>aquilo que nós tínhamos proposto a várias entidades no nosso caso não nos pediram apoio, mas de qualquer maneira fizeram como nós tínhamos desenhado este tipo de ações que são muito importantes para o património imaterial, aliás, esse património imaterial muitas das vezes até é o mais aceite pela comunidade, por exemplo, os Maios, isso as pessoas gostam alinham e, portanto, acho que há um jogo entre os dois tipos de cultura por acaso estou a falar da cultura científica e da cultura literária porque é o famoso, um bocadinho de cultura erudita e de cultura popular acho que em Olhão há as duas, há alternativa. Vou falar do Festival do Marisco obviamente.</p> <p>Esta cultura que estou a falar não é tanto a turística. O turista que vem de férias para Olhão, eu não sei muito bem, o que é que esse turista procura. Não procura praia, não é? Portanto, procura gastronomia, ou procura música, o jazz no Cantalupe, há pessoas que vêm para ouvir aquele jazz ao pôr do sol não sei pronto, mas eu acho o turista que vem a Olhão vem mais a Olhão do que para Olhão. Faz lembrar aquela anedota de acho que é um bocadinho para Olhão, o turista estrangeiro que venha passar uma semana não sei propriamente o que gostaria de encontrar ou se gostaria de encontrar aquela zona da Barreta gostava de encontrar aquilo tudo muito típico provavelmente e algumas coisas estão recuperadas, mas muitas não estão, não vem procurar grandes hotéis porque isso vem para Olhão vão para outros sítios. Olhão eu acho que devia de oferecer aquilo que os outros não oferecem, não é? Boa comida regional, fusão e ao mesmo tempo também para o turista local porque eu sou turista quando vou ao restaurante japonês, não é? Torno-me turista na minha terra e torno-me turista e não esquecer as pessoas que vivem nos sítios, viver em Olhão, viver em Faro quer as pessoas que vivem noutros sítios do Algarve, aliás, penso este ano o turismo vai sobreviver com o turista nacional.</p>		
9	21:36.4 22:41.7	- Não sei. É um bocadinho aquilo que eu tinha dito no início, não é? Falámos um bocadinho disto. Não sei se sustentável é o envolvimento das populações e o recurso, há as pessoas que vivem cá, não é ? Também não sei como é que define a sustentabilidade mas a ideia é que haja desenvolvimento das populações e do que cá existe, por exemplo, eu vejo muitas lojas a fechar, eu vejo aquela rua das montras cada vez mais muito fantasmagórica, não é. E	ESP3	4.

		<p>portanto isso significa que não há movimento, se houvesse movimento, se houvesse turismo, está vazio, não está? Não sei, nunca vi nenhum estudo sobre isso portanto não sei o que é que os decisores políticos de Olhão pensaram para essa sustentabilidade como rentabilizar como usar as pessoas que cá têm, como formá-las como dar formação. Não sei como é o IFP aqui, se fazem ações de formação para as pessoas, para aquilo que de facto elas precisam e não para aquilo que dá jeito aos formadores. Está a ver não sei, eu não conheço. Estou aqui a dizer muita coisa estou cheia de vergonha, é tanta coisa que não conheço. É a minha percepção.</p>		
10	23:16.4 27:46.1	<p>- No fundo aquilo que eu diria aos meus amigos para vir, que costumo dizer é, dizia aquilo que já me custa mais a dizer com aqueles grandes hotéis já tenho mais dificuldade porque posso dizer com orgulho que Olhão não tinha assim grande hotel tinha o hotel Cidade de Olhão, não é? Tem o Marina hotel pronto mas porque isso ter um grande hotel no centro da cidade, enfim para mim não é uma coisa que eu pudesse elogiar, era precisamente vir cá e ver aquilo para ter a percepção do que era o Algarve, um certo Algarve não é atrasado, não é nada a ver com o atraso, mas de encontrar gente a sério, em Olhão não vais encontrar turistas, não está cheio de turistas, com gente a sério e até dizia que muitos dos estrangeiros que aqui estão em Olhão vivem em Olhão ou vivem aqui à volta portanto, são pessoas que escolheram viver aqui. Não é aquele turista e de facto Olhão não oferece isso, esse divertimento do turista que quer a noite toda, eu lembro-me que no ano que há dois anos talvez fui diretora regional numa feira do livro devia ser onze da noite ou coisa do género, eu fui buscar um primo ao aeroporto talvez às nove e meia dez horas que fui buscar estava numa apresentação e depois aquilo acabou era onze e tal meia noite nós queríamos ir jantar, antes não sei, e portanto não conseguimos encontrar um sítio onde se jantasse às dez da noite, por exemplo, não é o que quer dizer que não é por aí que não venho para Olhão não é para aquela de turismo a <i>night</i>, não é isso que Olhão oferece, Olhão oferece, devia oferecer a simpatia das pessoas era bom que fossem que percebessem isso era importante isso, mas também as pessoas não têm qualidade de vida para ter simpatia, não</p>	ESP3	5.

		<p>é? Há que perceber as condições de vida das pessoas, quem cá vive tem de viver com qualidade, com qualidade mínima acima do nível de pobreza, era perceber se as pessoas vivem acima do nível de pobreza as pessoas vivendo acima do nível de pobreza já são mais felizes, pelo menos não estão a pensar como é que vão pagar a renda da casa etc., etc. O que eu costumo dizer às pessoas para virem é para irem ver aquela zona da Barreta e a outra que parece uma <i>kasbah</i>, muito Marrocos ainda, a Casa João Lúcio que temos tido este poeta tão importante, um bocadinho aquela história que Rosa Mendes conta no livro "Olhão fez-se a si próprio", que é giríssimo eu gostei muito do livro, costumo até oferecer às pessoas esse característico e ver as personagem características, Olhão é uma terra com personagens características, portanto, no fundo é ver Olhão consegue ver um Algarve diferente dos outros Algarves, tem bom peixe enfim tem grandes experiências e não tem grande boas experiências com sítios para comer peixe em Olhão, toda a gente fala que é maravilhoso comer, eu não os descubro já fui a quase todos portanto, também há aqui uns mistérios que passa para as pessoas que existem em Olhão e eu não os conheço assim tanto, mas pronto conheço alguns, mas não os vejo assim tão extraordinários como as pessoas dizem, mas se as pessoas gostam ótimo. Aquele com dizem que é maravilhoso já fui lá tantas vezes é bom está bem não é assim oh fantástico. Exatamente. O que eu tenho comido melhor peixe é naquele era aquele que era o Isidro que depois passou a ser de outro qualquer depois agora é do daquele de Pechão como é que ele se chama aquele restaurante em Pechão? O Lagar ? O Lagar aqui em Olhão só que ele tenho comido onde tenho menos medo de levar pessoas porque de resto tenho muito medo de levar pessoas a Olhão. Às vezes é o Zé Manuel, também o Zé Manuel uma casa de pasto do Algarve, às vezes chateia-me um bocado fazerem a conta em cima da mesa essa transparência que acho que é importante para o turista trazer a continha como deve de ser e não enganar as pessoas, mas pronto também já é pedir muito.</p>		
13	33:27.0 35:08.6	- Pelo menos porta sim porta não, não é um nome de um restaurante, não é? Acho que eu não tenho visto como é que Olhão se está a vender, na verdade não sei. Pois, quer dizer eu	ESP3	5.1.

		<p>vi alguns vídeos que às vezes são postos no Facebook e penso que é um bocado essa imagem do pescador, do peixe, do mar a gente do mar, gente honesta em que se come bem, penso que vai muito por aí mais por aí, agora estou a pensar naquilo que tenho visto. Será isso, será por aí, pelo mar nem sequer é bem mar portanto são as ilhas, uma Ria, esta vida da Ria, talvez tirando vídeos que vi não sei da Junta ou da Câmara no Facebook, às vezes, há assim uns muito épicos a ideia que eu tenho é de assim pessoas em barcos. Não será os tempos de golfe claro, não é por aí se tiver vai-me surpreender, não sabia que tinha, mas eu penso que seja um bocadinho esta ideia do mar e da comida.</p>		
14	35:08.6 39:17.7	<p>- Olhão tem de ter aquilo que têm as apostas tem de ser na qualidade mesmo que seja minoritário, não seja de massas, acho que Olhão não devia de apostar em turismo de massas de maneira nenhuma. Não devia ser turismo de massas é preferível ter cinco a pagar a bancar uma coisa boa ter cinquenta pagar pouco por uma coisa que não presta, portanto, devia de apostar, por exemplo, numa avenida, numa arquitetura manter em vez de fazerem por exemplo a República 14 está aquela coisa de vidro feita agora. Portanto, se temos uma avenida que nem sequer é tão antiga como isso estamos a falar só no século XVIII praticamente é que foi possível começar a construir, porque não manter uma traça século XVIII. É uma coisa que é tão rara conseguir que exista porque não manter aquilo que nos outros sítios já não é possível e aqui também não. não é? Ou seja, aqui também não porque já olhando para a igreja estando portanto, nas costas do tribunal e olhando para aquela parte de trás da Nossa Senhora dos Aflitos não é? o que nós vemos do lado direito já é prédios modernos do lado da República 14 mas agora ao lado da República 14 também já temos prédios modernos e do lado direito temos o Correio também moderno, está a ver? E depois na avenida temos aqueles enormes e os pequeninos. Porquê que deixam isto?! Deixam porque isto interessa para os construtores, sei lá dá dinheiro, sei lá não faço ideia. Mas isto é uma coisa que me mete muita pena eu percebo que as pessoas precisem de dinheiro para fazer arranjos na casa. Querem é o dinheiro. Dúvido com meia dúzia de tostões. Mas é pena que Olhão em termos arquitetónicos não se tenha mantido. Com</p>	ESP3	6.

		<p>muita pena. Há muita coisa que está mantida na zona mais histórica e tal mas é pena que não tenha muito mais. Devia manter isso. Isso seria importante por exemplo. Eu diria estratégias de divulgação através dos sítios normais que as pessoas vão, vão a feiras vão a vários sítios especialmente o passa palavra, não é? E acima de tudo ser uma terra onde aquilo que se oferece é verdadeiramente bom. E acaba por convidar. Portanto, isso só é possível a qualidade valorizando o que há. Por exemplo, muito controlo nos restaurantes para ter qualidade, que não haja nunca sair do restaurante e perguntar o que é que serviram, que isso nunca possa acontecer, está a ver? Que haja essa aposta na qualidade, isso era muito importante. Seja a vários níveis, não é? E eu estou a dizer a restauração porque eu gosto muito de restauração, mas pode apostar nas questões das experiências que é uma coisa que as pessoas também gostam ter a experiência de um dia na pesca, ter a experiência de um dia levar as pessoas a ver como é que é, aliás o 365 teve, não digo aquela que nós estivemos juntas porque foi uma coisa mais requintada, mas por exemplo, da comida esquecida. Sem ser o que nós tivemos as pessoas iam ao campo iam a Olhão, se calhar têm ali à volta propriedade que se pode fazer isso e portanto, apoiar as pessoas que têm essas pequenas propriedades e levá-las a mostrar como é que é como se faz, como é que se colhe, como é que se cozinha experimentar, gostaria de ir a um sítio qualquer e ter a experiência e fazer percursos culturais dos poetas, a arquitetura etc, etc, e muitas das vezes nas cidades mas para isso não podemos destruir aquilo que temos.</p>		
15	39:17.7 42:32.6	<p>- Sim, eu acho que Olhão tem portanto, tem a pesca ainda muito vernácula, a Fuseta também tem, pois pertence a Olhão, não é? Já não é tão verdadeira não é tão real, ver um pescador com um balde a vender o seu peixe às vezes por aí uma pesca muito verdadeira. Como a restauração a vertente histórica da cidade, a história da cidade abrange a experiência histórica, as reconstituições históricas por exemplo as pessoas gostam disso é uma coisa que o turista gosta disso e viaja se calhar até para ver isso, portanto, as pessoas viajam, aquela dos piratas no verão uma coisa engraçada para os piratas, como nos filmes americanos desenvolve e vestem como S. Brás faz estou-me a lembrar que S. Brás faz</p>	ESP3	7.

		<p>aquele dia da reconstituição, mas também o Museu do Traje vocês ajudam bastante, não é? com a roupa e não sei quê. Mas Olhão podia fazer isso com as pessoas da terra fazer como deve ser uma a história de Olhão. Sim. Acho que até houve qualquer coisa, mas assim uma coisinha mais estruturada, com uma coisa mais próxima e fazer-se junto da população sobre isso, o que é que isso significa, uma coisa folclórica envolver as pessoas mesmo da terra nisto, que é uma coisa que todos podem fazer parte. Flashmob, não é? As pessoas podiam estar vestidas nas suas casas daquela maneira por exemplo sobre os poetas mais uma vez, junto da população somos os poetas, somos intelectuais. Aquele livro da Cristina Leonardo "O centro do mundo", que é aquela jornalista do Expresso que escreveu esse livro giríssimo, ela é de Olhão, não é? As personagens, Francisco Lopes, médico há assim uma série de personagens que valem a pena que se estude, que adota essas personagens. Florbela Espanca esteve pouquíssimo tempo em Quelfes não interessa, explorar tudo isso turisticamente, pelo menos em vários países exploram local, por menos exploram o local, portanto, é uma questão de termos olho turístico para a coisa sem ser o açambarcar e o ganhar logo muito a correr, não é? Ficarmos muito ricos logo, logo, logo.</p>		
16	42:32.6 45:27.4	- É bom para o destino para quem lá vive e bom para quem visita porque sente a coisa muito mais verdadeira. Desenvolvimento acho que é muito importante e mais a repetição para o ano venho cá, eu gostei tanto da realização de como foi as revoluções francesas vou querer vir quando for a representação de outra coisa qualquer. Vir noutra altura do fazer uma certa cadência e as coisas não serem feitas duas vezes e depois nunca mais acontecerem. Sabe que naquela altura do ano, há sempre a Poesia a Sul então quero ir à Poesia a Sul mas também é importante que este evento deixem de ser um bocadinho também para o grupo de amigos, que isto seja uma coisa mais grandiosa e quando digo grandiosa não estou a dizer (...) participada de uma maneira diferente menos (...)eu digo isto porque é assim às vezes eu vou a sessões e todos se conhecem-se, uma pessoa que não seja do grupo não sente (...) não percebe tem que ser uma coisa que é bom haver este espírito que bom que nos conhecemos, mas também tem que haver esse envolvimento de quem não faz parte é bem vindo também. Não estou a dizer que isto não possa acontecer mas estou a dizer que é	ESP3	8.

		importante que haja este trabalho com a população e depois claro que permaneça e a repetição nas mesmas datas, todos os anos e isso faz com que o turista volte. Eu lembro-me que Olhão por exemplo, ofereceu tinha corrido mal não sei se correu mal ou se correu bem, mas por exemplo, o turismo religioso e o hotel de Olhão ofereceu não tinha estrutura para isso, para poder fornecer comida para os judeus na altura da Páscoa Judaica acho que ocuparam o hotel todo. E sei que os Judeus no mundo inteiro procuram todos os anos alguns sítios para passar a Páscoa, tenho uma amiga judia foi um ano para Vilamoura este ano veio a Olhão é também giro e porque não se existir estruturas para isso para acolher grupos de gente suficientes para fazer comida da maneira que tem de ser feita também deixa ser um destino, é o que pensamos imediatamente.		
17	45:30.6 47:02.7	- Pois, eu acho que o conhecimento é a base de tudo, nas escolas também terem ensinado o que é que existe e o que está para fazer e as Juntas e a Câmara esta estruturação das atividades poderá ser mais fácil, claro. Os poderes políticos e estruturar para isso. Há lugar para tudo, não é fazer de Olhão uma terra de brinquedo para as pessoas visitarem, não é isso. É como as pessoas vão a Inglaterra porque é uma terra que tem muitas livrarias se calhar até é um apoio para a pessoa que quer abrir uma livraria possa ser mais apoiada, não é? Poderá ser qualquer coisa que tem de ser feita. Isto faz falta. Portanto, se houver apoios específicos para aquilo que nós queremos desenvolver as pessoas vão lá e desenvolvem, não é? Está a pensar desenvolver percursos literários e ajudam então eu vou fazer cursos culturais, não é? Fazer curso de cinema, qualquer coisa de personagens históricas isso depende da ideia que se quer para a terra.	ESP3	9.
18	47:02.7 49:42.0	- Muitas vezes essas experiências turísticas têm de ser as próprias, eu não conheço, não sei, está a ver não sei, por exemplo, que quintas existem aqui à volta, o que é que as pessoas podem oferecer essas experiências ao paciente, não é? Aquela casa como é que se chama? A Casa Modesta, não é? A Casa Modesta por exemplo, achei um sítio interessante também	ESP3	10.

		<p>tem essas coisas essas experiências de culinária, tem aulas disso, pode ser esse tipo de locais apoio à (...) qual é a pergunta outra vez? Desculpe (...) Há (...) Os recurso culturais, há muitos recursos agora não estou a falar dos recursos estrutura da República 14, nem dos auditórios nem nada disso não é o que é que existe de cultura existem os Maios existem é uma questão de fazer os programas história de Olhão facilmente no Rosa Mendes e pegar naquilo que já se fez pegar no século XX, não é? para mim são as formas literárias, mas se calhar se falar com alguém vai encontrar coisas que tem a ver com as formas típicas de pescar daqui, está ver também não sei quais são também aqui não há arte chávêga, pronto, haverá outras coisas, cada área pode contribuir com esta parte da questão literária mas também mas, por exemplo, arqueológica, Marim tem uma estação romana, se calhar isso nunca lá fui, não chama a atenção para isso, porque não desenvolver todo esse potencial da história de Olhão, os percursos, ver a ponte de Quelfes onde os franceses foram parados, ir a Marim ver lá os romanos, pronto fazer assim essas, capacitar quem mora lá ao pé para poder explorar aquilo, não esconder e mostrar, a própria quinta a própria do Rias das aves isso é muito importante para visitar às vezes, aquelas eles fazem bem mas quer dizer se a própria cidade quiser valorizar podia ser mais explorado.</p>		
19	49:42.0 52:51.1	<p>- Suficiente, nunca nada é suficiente. Isso em lado nenhum, nunca será suficiente, nem em Nova Iorque. Acho que um museu maior, este museu é do Compromisso Marítimo, tem as coisas do Compromisso em cima, tem uma coisinha de nada em baixo, este museu é muito pouco para museu em Olhão, acho que precisava de um bom museu para Olhão. Acho que precisa de um bom museu. Sim, pois a oferta cultural está muito quer dizer camarária, a Câmara apoia também boas coisas apoiam o FICLO entre outras coisas, também há muita coisa para a juventude, muitos festivais apoiam muita coisa também têm o Festival do Marisco, trás muita gente, fui lá ver o Camané, quer dizer tem trazido também às vezes bons músicos, uma lógica que não me atrai nada para o Festival, mas pronto, mas percebo o seu sentido. Qual era a pergunta outra vez? Desculpe lá... ah faltava a falta de oferta</p>	ESP3	10.1

		<p>cultural, bom a questão do cinema por exemplo, eu acho que faz falta cinema, companhia de teatro se calhar faz falta que haja uma companhia de teatro nós até temos o João Evaristo que é um ator e tem a Gorda e faz muitas coisas, mas o tenter a profissionalização, por exemplo, porque não? Criar-se uma companhia residente no auditório uma companhia que fosse uma companhia de Olhão trabalhasse sistematicamente tivesse apoio para criar pelo menos duas peças por ano, depois pediria apoio a outras entidades, não é? E teatro na República 14 ele já fez lá apresentações ou eu tenho visto teatro no auditório, pronto, mas por exemplo, haver uma companhia porque não a dança no conservatório haver sem ser só o conservatório tocam tão bem e que eles não toquem só praticamente nos finais de ano que haja apresentações noutras alturas, não é? seria talvez muito interessante, portanto, eles têm repertórios muito bons, mas mesmo muito bons, claro que eles tocam só para os pais dos miúdos, mas mesmo assim seja como for, se houvesse mais vezes que a programação musical por exemplo de música erudita, seria interessantíssimo se ela fizesse isso. Eu digo isso porque moro aqui dá mais jeito ir aqui do que ir a outro sítio.</p>		
22	1:01:45.4 1:04:47.1	- Pois, eu acho que não eu pessoalmente não sofro muito, mas os transportes é do Algarve inteiro, é um problema do Algarve inteiro. O alojamento penso que não sei aqui as pessoas alojando no hotel no Cidade de Olhão gostaram muito principalmente o Cidade de Olhão ficaram muito impressionados muito impressionados com o hotel de 3 estrelas, mas toda a gente disse muito, muito, muito bem daquele hotel. As pessoas que ficaram na feira do livro, toda a gente ali alojada as pessoas gostaram mesmo muito. Também tive algumas pessoas naquela Quinta dos Poetas acho que é assim que se chama, eu nunca lá fui, não havia lugar, pus lá duas pessoas também gostaram. Os alojamento penso que até estaremos bem servidos. Transportes muito mal servidos acho eu que no Algarve inteiro, uma pessoa que chegue ao aeroporto como é que chega a Olhão? Táxi. Uma pessoa quer ir	ESP3	13.

		<p>a Faro quer ir a qualquer sítio quer vir a Olhão quer voltar para Faro como é que volta? De táxi. O Uber, não é? Mas isso é um problema geral mesmo durante o dia há comboio não é, é um problema estrutural, não é de Olhão, o problema dos comboios em Portugal, o problema dos comboios no Algarve, não sei como é que é com a com as camionetas que fazem aquelas diretas que fazem Faro Olhão, não sei como é que isso funciona. Os expressos para Lisboa funcionam bem, já os usei não sei muito mais sei que não tem aeroporto. Quer dizer podemos ter belíssimos transportes e alojamentos não ter nada para oferecer não vale a pena, primeiro a cultura, essa estou certa que as pessoas podem arranjar maneira de chegar cá porque vêm procurar esses produtos agora termos um bom alojamento um bom transportes e não termos nada para oferecer não vale a pena. As pessoas vêm uma vez, não voltam e vão logo embora a seguir. Primeiro haver algo que possa ser interessante para as pessoas e depois então, se tiver que haver uma ordem, primeiro a existência de algo que chame as pessoas de modo a que façam transporte em que haja as pessoas sintam necessidade desse transporte.</p>		
23	1:04:47.1 1:06:02.1	- Sim, já temos algumas coisas, acho que a parte de Olhão se quiser desenvolver mais sim como cidade literária por exemplo, as coisas que Olhão pode tirar da poesia pode ser esses nomes, não é? porque junta ali uns meses a partir da feira do Livro e depois a Poesia a Sul de seguida o FICLO no fundo estes três grandes eventos podem dar essa vertente de cidade literária, depois tem de ter o resto tem de ter o percurso dos poetas tem de ter a casa do João Lúcio visitável, não é? Tem de ter essas ofertas todas que complementam um festival. Um festival ou uma festa ou uma feira não sobrevivem se não tiver esta infraestrutura que pode passar pela cidade, saber onde ele viveu, onde é que ele comeu e as pessoas gostam de ir lá ao sítio ver como é que era. Eu gosto por exemplo quando viajo gosto de ver isso. Eu gosto de ver isso.	ESP3	11.
24	1:06:04.1	- Todos contribuem, não é? Importante que as pessoas falam umas com as outras, é estar em	ESP3	13

1:08:58.6

contato. Quais são os que me disse? Eu acho que é muito importante envolver a comunidade que o público puxasse pela comunidade. É muito importante porque ao puxar pela comunidade está a criar privados, não é? O público é obrigação, puxar pela comunidade a comunidade tem obrigação de se associar fazer associações e portanto a partir daí contribuir para o geral. Sim, foi aquilo que eu disse no início que conversamos o que queremos para a cidade como é que queremos por isto em discussão e não pedir respostas a correr, as pessoas precisam de tempo a pensar nisto, porque as pessoas nunca pensaram nisto a Vânia hoje colocou-me algumas questões que sobre as quais eu respondi-lhe muito, não é, muito repetitivamente sem ter pensado muito sobre o assunto, não é? Eu estou pensando que temos que ir, por exemplo, a reuniões de câmara eu comentei isso com o meu marido, devíamos de ir a reuniões de câmara, quando as pessoas se dão conta já foi decidido. Ah, mas nós pusemos lá à consideração dos cidadãos, as pessoas é que não compareceram na reunião da câmara. Enfim, toda a razão em dizer isso. Portanto, tirando às vezes alguns representantes de partidos políticos que imagino que vão a reuniões de câmara, se não deviam ir, é para isso que são representantes de partidos políticos, para saber o que se está a discutir nas várias câmaras e perceber o alcance das decisões que estão a ser tomadas e poder dizer espera aí precisamos de pensar sobre isto. Portanto, se não os decisores políticos podem tomar decisões suas, individuais e não aquelas que o povo que as elegeu quis, que os elegeu ou que ajudou a eleger que agora os representa quis, é preciso um bocadinho pensar sobre as coisas e cultura se não for bem explicada às pessoas pois, não há assim muita sensibilidade, não é? Pronto, também é preciso perceber que daí pode vir riqueza, pode vir se as pessoas forem sensíveis a isso revertendo para o social alguns dos dividendos da cultura, por exemplo, porque não? para todos a partir do momento que se faz um x vai-se fazendo a cultura uma parte é para dentição das crianças e dos adultos uma coisa tão básica como isto. O turismo cultural quer dizer, sim, sim, sim, todos. É porque as pessoas muitas vezes estão a pensar as mesmas coisas, não é? E há coisas que se complementam, por exemplo, no público, o Estado o governo de Portugal através das (?) ganhou a rota literária do Algarve portanto, investimento público, Estado, agora quem vai usufruir são os locais, é importante que haja informação que eles saibam o

		<p>que estão a fazer e como é que podem usufruir e ganhar com isso, como é que as empresas podem criar empresas que vão usufruir daquilo que o Público criou para usufruto gratuito das pessoas, isto é uma coisa impede a outra, isto é, está criada uma rota literária se eu quiser fazer sozinha, faço, porque tenho o site da Direção Regional, o site da Universidade como é que eu faço a rota mas se me apetecer contatar um guia e fazer a rota comigo eu até gosto mais, até me leva a um bom restaurantezinho, percebe? Portanto, isto cria riqueza também o Público faz este investimento e cria as estruturas para serem aproveitadas para gerar riqueza, sem dúvida. Pro diálogo, eu sou pro diálogo.</p>		
26	1:11:21.1 1:12:46.1	- Uma das coisas que não falámos foi a segurança do turista, mas Olhão já criou até a polícia municipal, atenção que a policia não se torne a PIDE, que não se torne, mas que seja mesmo a policia de segurança e afável e próxima do cidadão, porque quando se viaja é importante que se saiba línguas, por exemplo, que haja a questão da segurança e da educação, da instrução, se calhar uma educação em que perceber que o turismo é uma das grandes fontes de riqueza daquela terra e aquela terra tem de estar sensível ao turista e portanto, tem de ser uma coisa generalizada, não vamos ostrizar o turista que é bom para todos nós, indiretamente há-de ser de alguma maneira, não é? E nós quando vamos a outros sítios também gostamos de ser bem recebidos, também é este o papel, se calhar isso ser uma coisa desse formato.	ESP3	15.

Código: ESP 4

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 3:08.0	Em termos gerais é benéfico, devido à situação que estamos a viver muita gente está a mudar de opinião e se calhar eu também. O lado negativo do turismo, nós todos dependemos do turismo agora praticamente, o Algarve todo depende do turismo, não é? Devido à situação que temos agora presentemente todas as atividades estão numa situação difícil, muito mais o turismo, não há viagens e se houver viagens a partir de dia 1 abrem as fronteiras, mas de qualquer maneira não se sabe o que vem por aí, não se sabe o futuro e o Algarve todo depende do turismo, não é? Por isso é muito complicado, segundo o que eu li ainda ontem o turismo será a atividade mais afetada em todo o mundo em particular em Portugal e no Algarve pela situação de ninguém prever, as viagens não se fazerem e ninguém prever o futuro, ninguém sabe se daqui a 2 ou 3 meses isto está pior ou está melhor e aí as pessoas não têm segurança. A pior dependência quase exclusiva do turismo, mas o turismo é uma atividade que exige, na maior parte dos casos, quando digo o turismo a atividade turística engloba tudo, não é, restauração, hotéis, alojamentos locais, hosteis, sei lá atividades de lazer, tudo está ali no cluster do turismo. Na maior parte dos casos a mão de obra não é muito classificada o que faz com que ali caia tudo no turismo, e havendo ali algum bater de asas da borboleta, como se costuma dizer, isto é como um castelo de cartas, cai tudo, por isso penso que estarmos dependentes do turismo como estamos no Algarve é complicado e esta situação que estamos a viver confirma este meu raciocínio.	ESP4	1.
3	4:28.5 - 6:02.5	Nos últimos tem visto um grande boom do turismo, não é, isto deu um grande salto, não é, isto tem também a ver com o grande desenvolvimento turístico que houve em Portugal nos últimos 6, 7 anos depois da grande crise, e Portugal vem por arrasto, Portugal está a ter muito mais turistas, o Algarve tem muito mais turistas e Olhão tem muito mais turistas em especial, por todo o concelho nota-se, mas principalmente ali na zona velha de Olhão estava um zona um pouco virgem, ultimamente tem havido grandes investimentos ou alguns investimentos em relação ao turismo o que é sempre bom nunca descurando a situação é bom no boom só que na situação atual é a zona que mais sobre em relação ao concelho.	ESP4	1.2

4	6:02.5 - 7:15.3	Um desenvolvimento sustentável em relação ao turismo é assim com cabeça, tronco e membros, não fazer o que se fez em Albufeira e tentar fazer um turismo, nós temos Ria Formosa, não é tentar criar clusters no turismo em relação à Ria Formosa, é a única coisa que temos tirando mais dúzia de outros casos, mas tentar criar um elo de ligação com a Ria Formosa e não, é que o sol e praia muita gente oferece e há países que oferecem o sol e praia melhor e mais baratos que os nossos, se calhar com melhor ou com melhor praia, de qualquer maneira terá que haver ali uma cadeia para que esse turismo seja sustentado.	ESP4	2.
8	15:30.4 - 18:39.3	Em termos culturais, nós culturalmente somos muito fracos, em termos culturais depende da definição de cultura, eu digo cultural a nível de sítios históricos, lugares históricos o Algarve não tem nada praticamente, temos é as nossas tradições também podem ser aproveitadas culturalmente, isso também é cultura, não é? Sei lá as nossas tradições desde as culinárias, até ao folclore é tudo e mais alguma coisa. Isso terá que ser um dos ingredientes que terá que ser injetado no turismo para fortalecer essa situação dessa corrente turística derivado de Olhão. Tudo o que surgir à volta da cultura que é tudo, tirando os monumentos, praticamente temos pouca coisa, por exemplo na Fuseta temos aquela zona histórica, a zona daquelas casas conhecidas pela branca flor do mar, temos em Moncarapacho ali a zona histórica à volta das igrejas e temos lá em baixo aquela situação da Barreta e do Levante que pronto, é preciso é que não estraguem, não deixem estragar a tradição olhanense. Acho que sim (muita atividade turística pode levar à perda de identidade) não tenho capacidade para estimar se é mais de mil se há menos mil, mais cem mil, sei que há e várias cidades na Europa antes desta situação acontecer estavam a pensar limitar a vertente turística, os visitantes, Barcelona estava a querer limitar os visitantes, é uma cidade que vive do turismo e aquilo estava com uma afluência enorme e eles queriam já limitar a entrada de pessoas em Barcelona e mesmo em Lisboa já tinha ouvido uns zunzums que estavam a pensar em fazer o mesmo porque muita gente depois aquilo adultera o típico, o habitual, o que é português.	ESP4	3.
10	21:13.2 - 21:41.7	Aquela parte ali da zona ribeirinha tem, o resto não, o resto é desgarrado, faz-se hoje aqui uma coisa, faz outra amanhã ali. Olhe, não há o plano que vocês estão a fazer.	ESP4	4.
11	21:41.7 - 22:27.7	Ria Formosa, marisco, vila cubista, o ser olhanense, é diferente, a alma olhanense é diferente das	ESP4	5.

		outras vilas ou cidades do Algarve, uma maneira diferente de ver a vida, mais alegre, mais bairrista, esse é o que eu penso quando falo de Olhão o me vem à cabeça.		
14	25:59.8 - 26:45.3	Não, a imagem que tem sido transmitida é Olhão só, Olhão, Olhão, o que é que promove? promove Olhão, não se tem promovido o concelho de Olhão, há uma imagem e uma promoção de Olhão, tudo bem, mas em relação ao resto do concelho não tem sido promovido.	ESP4	5.1
15	26:45.3 - 28:12.7	Há uma que é que nós temos 2 vertentes, temos a vertente marítima da Ria Formosa, tem que ser aproveitada, melhor aproveitada, ela é aproveitada, tem que ser melhor aproveitada, por exemplo, desportos náuticos, vamos lá ver, nós podemos fazer tudo e termos grandes ideias mas se não despoluirmos a Ria Formosa não vale a pena termos grandes ideias não vamos a lado nenhum, essa é a primeira questão. Pode-se promover mais e melhor a Ria Formosa, essa é uma parte e depois promover a parte do barrocal a parte do resto concelho porque o concelho é muito grande. O que se tem promovido é só Olhão, por isso nós podemos entrar pela parte da Ria Formosa com todos os aspectos que vivem à volta da Ria Formosa, e há a parte barrocal quase serra, a parte de Moncarapacho, a parte de Pechão, a parte de Quelfes, a parte mais rural também pode ser promovida e bastante.	ESP4	6.
16	28:12.7 - 29:12.6	É o que eu disse há pouco a tipicidade de Olhão, a alma olhanense, o querer, há um escritor que fez a história de Olhão que diz Olhão fez-se a si próprio, é diferente, basta ver a situação do falar olhanense toda a tipicidade que Olhão tem, isso é diferente de todas as cidades do Algarve, é o ser olhanense.	ESP4	7.
17	29:12.6 - 31:21.6	Vamos lá ver tudo o que é tradicional, a maior parte do turismo não vem só para o Algarve por sol e praia porque há melhores destinos e mais baratos, temos que investir num turismo em que eles venham ver as nossas tradições, não temos grandes sítios culturais, grandes monumentos para visitar mas temos as nossas tradições, somos um povo com 800 e tal anos e essas tradições têm que ser mostradas ao turista, a partir daí emos que criar várias maneiras de mostrar esse tipicismo, esse tradicional aos turistas, nós mostrando o que nosso, o que é olhanense a esses	ESP4	8.

		turistas estamos a valorizar também essas atividades temos o folclore, temos a culinária, tudo isso é valorizado e sendo valorizado tem um valor acrescentado que todos ficam a ganhar.		
18	31:22.0 - 32:47.7	Para já acho que devia de haver uma espécie de autoridade concelhia do turismo que ligada à Câmara, supervisionasse tudo com alguma autonomia e coordenasse as atividades turísticas e não que cada um remasse para o seu lado. Fazemos o plano de turismo, nós portugueses somos espetaculares a fazer planos, de certeza que vai sair daí um plano espetacular, com muitas coisas, mas depois para implementar esse plano como é que é? Devia de haver uma autoridade que pegasse nesse plano e com alguma autonomia tentasse implementá-lo coordenando todas as vertentes que esse plano vai mencionar, se continuarmos assim não vamos a lado nenhum, porque nós somos muito individualistas e não conseguimos, se não houver alguém que coordene as coisas, cada um puxa para o seu lado e depois de harmonia sai muito pouco.	ESP4	9.
19	32:47.7 - 34:50.6	Recursos culturais, ora Olhão tem o ser olhanense é diferente de todo o resto do Algarve que é a nossa maior mais valia é ser olhanense, esse recurso que Olhão tem, o ser olhanense, quando estamos a falar do ser olhanense depois há várias coisas à volta, sei lá o tipicismo de Olhão das suas casas, das açoteias, falar olhanense, a culinária, o folclore, o folclore de Olhão, folclore algarvio tudo isso é uma mais valia mas tem que ser projetada em conjunto, não pode haver coisas desgarradas, como eu disse há pouco, tem que ser tudo trabalhado em conjunto e é para isso trabalhando em conjunto todos esses eu disse 4 ou 5 mas há mais, eu não me lembro, mas há mais de certeza, trabalhando todas essas vertentes em conjunto é uma mais valia muito grande para o concelho de Olhão agora se trabalharmos cada um para si, cada vertente para seu lado, pois isso não vamos a lado nenhum.	ESP4	10.
20	34:50.6 - 36:07.7	A oferta cultural do concelho é muito fraca, ela pode ser elevada mas presentemente não é elevada, para já é muito desgarrada, cada um faz o que achar, há atividades em simultâneo, há muita falta de coordenação, podemos sempre copiar o que os outros fazem, não é problema nenhum copiar o que é bom mas presentemente a oferta cultural é muito fraca e que há é muito desgarrado e às vezes, como é que hei-de dizer, sobrepõe-se uma à outra o que não é bom para ninguém nem para aqueles que fazem nem para aqueles que querem vir.	ESP4	10.1

23	39:13.0 - 40:40.6	Eu penso se nós tivermos uma oferta dos recursos naturais abrangente, equilibrada e calibrada poderemos ser mais exigentes em relação ao alojamento, porque as pessoas gostam e as pessoas pagam para usufruírem de atividades que não sejam só sol e praia, pagam bem , por isso se nós tivermos várias atividade não só sol e praia nós podemos a partir daí ser muito mais exigentes com o alojamento e com toda a vertente que está ligada ao alojamento.	ESP4	11.
24	40:40.6 - 41:09.9	Não, isso não presentemente não há nada que nos distinga dos outros a nível cultural.	ESP4	12.
25	41:09.9 - 44:11.3	Para já tem que haver, para já os privados têm que participar, tem que haver uma conjugação, sem preconceitos e sem ideias preconcebidas, a entidade máxima é a Câmara, mas a Câmara terá que abrir a outras entidades, associações mas muito iniciativa privada porque tem outras ideias e tem a dinâmica empresarial coisa que em relação à Câmara ela não tem, é um a entidade bastante pesada, tudo é bastante demorado, é complicado por isso tem que haver um refrescamento com entidades privadas e associações também ligadas ao setor, tem que haver uma simbiose de várias entidades e várias instituições mas para esse diálogo não pode haver ideias preconcebidas se não não vamos a lado nenhum. ((operacionalização)) Para pôr em prática o planeamento eu digo deve haver uma entidade que coordene todos, uma espécie de autoridade municipal de turismo, existe em Espanha, qualquer coisa assim parecida que coordene todas as ações turísticas e planei o turismo e tenha uma opinião em várias situações mesmo que não seja da sua competência lhe peçam uma opinião para ele que está ligada ao setor do turismo dar de si o que acha sobre a situação.	ESP4	13.
26	44:11.4 - 45:49.1	Todos, todos, quando falamos em comunidade falamos em todos, comunidade, associações, público, privado, todos, tem que haver sempre uma simbiose, vivemos neste concelho, todos neste concelho conclusão todas as pessoas interessadas devem participar, claro que nem todos podem participar, muitos são associados em associações, entidades privadas, associações de comerciantes, tudo o que seja ligado ao turismo deve participar. ((operacionalização)) Pôr em pratica é mais complicado, todos devem dar a sua opinião, pôr em prática deve ser a tal autoridade poderá ser eleita, há várias maneiras de fazer essa autoridade, tem que haver uma autoridade municipal ou concelhia como quisermos chamar para gerir	ESP4	14.

		depois e colocar em prática e gladiar toda a vertente turística.		
28	47:19.6 - 48:30.4	A nível turístico não sei, acho que não. Não querendo só sol e praia, culturalmente somos um bocadinho pobres, mas temos as nossas tradições, quando eu digo culturalmente é a nível de edifícios, monumentos e lugares históricos. Depois temos as nossas tradições que é o que vale a alma olhanense. Penso que falamos em tudo, penso que sim, não estou a ver que tenha faltado alguma coisa.	ESP4	15.

ESP 5

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:35.7 - 0:36.3	O Turismo é um desenvolvimento em termos locais extremamente importante (...) neste caso na nossa freguesia como é natural o turismo bem desenvolver, ajudar o comércio local desenvolver os espaços é extremamente fundamental.	ESP5	1.
3	1:07.8 - 2:28.6	O papel do turismo no concelho de Olhão é um pólo de desenvolvimento especialmente se ele estiver essencialmente virado para o mar, tem que ser um turismo sustentável virado para a frente ribeirinha, para a Ria Formosa, e é fundamental o papel do turismo. Temos bons exemplos de desenvolvimento turístico não de massas mas de qualidade, veio originar a requalificação de toda aquela baixa do concelho de Olhão, por exemplo todo o comércio, a restauração ganhou muito com o desenvolvimento turístico, com a construção do hotel por exemplo veio dar uma lufada de ar fresco a toda aquela zona. Mais no interior pois nós na nossa freguesia terá que ser um turismo mais rural e trás-nos muito mais valias, mais pessoas e mais desenvolvimento.	ESP5	1.2
4	2:28.6 - 3:31.2	O desenvolvimento sustentável (...) será o acompanhar a tradição do local, não descaracterizar, não sendo um turismo de massas, não descaracterizando a beleza arquitetónica, a beleza dos espaços, em termos de recursos ambientais terá que estar sempre equilibrado com a preservação de espaços, esse é um turismo sustentável que traga as mais valias e aproveite aquilo que tem de bom e não alterar caracterização de cada espaço, de cada zona, de cada cidade de cada área esse é um turismo sustentável para mim que se enquadra perfeitamente dentro daquilo que é a característica de cada zona.	ESP5	2.
8	7:29.5 - 8:31.1	A nível cultural quando há mais pessoas, naturalmente sejam as autarquias sejam as associações, havendo mais público consegue-se mais oferta e havendo mais oferta há mais público, isto é uma bola crescente. Culturalmente pode-se dizer que Olhão cresceu muito com esta parte turística porque foi possível proporcionar outro tipo de oferta porque temos outros tipo de	ESP5	3.

		público também. Pode-se conjugar as duas situações, há mais público, há mais oferta havendo mais oferta haverá mais público, em termos culturais cresceu e vem crescendo ao longo dos anos esta oferta no concelho.		
10	9:35.7 - 10:17.4	Considero. Tem se desenvolvido de forma sustentável porque não foi um grande aumento, tem crescido gradualmente e ao crescer gradualmente tem sido possível fazer reajustes a nível ambiental. Apesar de muita coisa ainda poderemos fazer nesse aspeto, especialmente na proteção das espécies da Ria Formosa penso que há muito mais ainda para fazer.	ESP5	4.
11	10:17.4 - 12:43.9	Se fosse de fora se calhar pensava só na Ria Formosa, mas sendo da freguesia mais interior neste caso ocorre-me várias imagens, ocorre-me os passeios pedestres espalhados pelas freguesias do interior, ocorre-me o passeio na Ria Formosa, as ilhas barreira, apesar de duas delas não pertencerem ao concelho de Olhão, mas para nós olhanenses a ilha da Culatra e a ilha do Farol pertencem a Olhão, culturalmente e sentimentalmente elas pertencem ao concelho de Olhão, só geograficamente e administrativamente é que não. As ilhas barreira, passeios na Ria, boa amêijoa, passeios pedestres no interior, as igrejas que nós temos espalhadas pelo concelho, é isso que me ocorre quando falo de turismo em Olhão, é isto, procurar as pessoas, essencialmente as pessoas que é o mais importante que nós temos no nosso concelho e na nossa freguesia que são as pessoas, a simplicidade, pessoas sensíveis, carinhosas, humanas, simples, é isso que me ocorre. Os mercados que é o ex-libris do concelho e aquela ligação, entrar no mercado e ver aquelas centenas de espécies de peixe e aquela venda momentânea, para mim é o turismo de Olhão, passar ali ver os barcos dos pescadores, eles chegam e partem. Não é só praia, não só mar, as pessoas, a mística olhanense, a alma olhanense.	ESP5	5.
14	15:14.0 - 17:36.4	A imagem do concelho tem sido passada ao longo do tempo essencialmente pelo manter da cultura e aí vejo que a questão dos mercados, do peixe, da ligação ao mar tem sido passada. Tem sido feita ao longo dos anos fez com que muitos dos turistas comessem a procurar outros destinos que não quando se fala do Algarve a praia e o sol as Albufeiras, não desprimando dos outros concelhos atenção, quantidades de gente mas sim poder estar no destino, numa cidade, num concelho diferente. É diferente o concelho de Olhão é um bocadinho diferente nesta questão está muito ligado à Ria Formosa e essa imagem tem sido a base da imagem como	ESP5	5.2

		destino turístico e neste momento está a ser elaboradas várias ações e vários projetos estão em fase de conclusão e também os afasta um bocadinho do mar que outra das ofertas. A parte cultural, a parte arquitectónica, a rota das igrejas, a mística com a rota das lendas e essa imagem é o que tem sido passada, sem pressa, sem uma criação de um grande destino turístico e naturalmente tem sido passada esta imagem com uns bons produtos como foi no ano anterior com o foliar de Olhão, com estas campanhas a imagem gradualmente tem ido passando como um excelente destino turístico.		
15	17:36.4 - 18:57.6	Essencialmente como uma zona segura porque Olhão felizmente no Algarve temos zonas muito seguras, todas elas, essencialmente é um destino seguro onde os recursos naturais são a mais valia do concelho, as pessoas são outra mais valia, o acolher, sabem acolher, a gastronomia que é das melhores que nós temos no nosso Algarve e no nosso país, essa imagem a gastronomia, as pessoas, a Ria Formosa, o campo, os produtos endógenos, é essa a imagem que tem de ser passada e o eixo estratégico tem que ser esse. Os recursos naturais a Ria Formosa, o nosso campo, as pessoas e a segurança.	ESP5	6.
16	18:57.6 - 21:11.1	O peixe, o foliar de Olhão, o marisco, muito ligado à gastronomia. Depois o cavalo marinho felizmente recentemente foram consideradas duas zonas exclusivas em que nem podem andar barcos a navegar para proteção do cavalo marinho, porque é mais recurso que há que é o turismo de mar mas não dos passeios, esse tem de ser muito controlado para não haver excesso, mas sim o cientista, o biólogo esse também, não é o verdadeiro turista não vem só nas suas férias mas pode-se considerar trabalhando, vindo pesquisar na nossa Ria Formosa e aqui perto aproveita os seus momentos para fazer o seu turismo e é isso que tem, os recursos que tem e pode oferecer a nível gastronómico mas também a nível de biodiversidade a nível da fauna e da flora e da gastronomia são essencialmente os pontos que temos para oferecer. O sol, as pessoas, as pessoas é um produto no bom sentido como é natural.	ESP5	7.
17	21:11.1 - 23:15.1	A experiência do turista traz-nos novas experiências, novos conhecimentos. Para quem já saiu, nós conhecendo outras realidades, só quando conhecemos a nossa temos tendência a ver que muito está mal e quando nós saímos conseguimos perceber que muitas vezes estamos muito bem, temos sempre coisas a melhorar como é natural. O turismo trás desenvolvimento	ESP5	8.

		<p>económico, quando ele é sustentável como um turismo sustentado, trás novas experiências, novos conhecimentos e novas ideias para o desenvolvimento. A melhor publicidade será o passa a palavra e o turista que vem à nossa cidade ao nosso concelho experienciar um <i>workshop</i> e regressar à sua terra natal a milhares de quilómetros ou dezenas de quilómetros e levar essa experiência que aqui teve será extremamente importante, por isso o passa palavra é o melhor guia turista.</p>		
18	23:15.1 - 25:52.0	<p>As redes sociais são muito importantes na informações mas são muito rápidas e nem toda ela é verdadeira, as redes sociais devem ser utilizadas com algum cuidado nessa proporção porque por vezes não as mais verdadeiras mas sim pode-se complementar com outras formas de divulgação, por exemplo, vídeos promocionais, presenças em grandes feiras turísticas, com o acarinhar da pessoa para que ela leve essa divulgação, criação de guias turísticos específicos para cada uma das ofertas, levar as pessoas, organização de grupo formais e não formais para levá-los às diferentes zonas, para terem conhecimento, utilizando as novas tecnologias mas sempre complementar. Eu gosto do papel e quando viajo gosto de ter um mapa na mão e um guia para não me basear só nas redes sociais ou nas tecnologias, gosto de ter o papel na mão e acho que isso é ainda uma forma de promoção, apesar de ser por vezes, mais caro mas é uma forma ainda muito útil para utilizar.</p>	ESP5	9.
19	25:52.0 - 28:26.0	<p>O teatro em Olhão tem uma componente forte de há muitos anos e alguns grupos e companhias de teatro têm estado um pouco mais adormecidas, mas temos uma boa oferta cultural a nível do teatro. A música, temos muito bons artistas no concelho, é outras das áreas que poderemos elevar a oferta turística, e a nossa tradição, quando falo de tradição falo dos diferentes rancho folclóricos que existem no nosso concelho, o recuperar de algumas pequenas tradições que em tempos foram grandes na nossa região será importante, não copiar os outros e apoiar e aproveitar toda a oferta cultural que as diferentes associações do concelho vão desenvolvendo. E apoiar e aproveitar toda a oferta cultural que as diferentes associações do concelho vão desenvolvendo porque nós autarquias não devemos fazer tudo, não deveremos, não é a nossa competência fazer essa oferta cultural para todos mas apoiar as diferentes associações e diferentes grupos formais e informais existentes para que eles trabalhem na sua área, a sua cultura para transferir para o turismo, para o desenvolvimento turístico.</p>	ESP5	10.

20	28:26.0 - 30:22.3	A oferta cultural tem vindo a crescer nos últimos anos com a criação de três, quatro programas de maior importância como foi o exemplo que o município organiza, as Noites do Levante, o mostra-te que é o palco de tudo o que é cultural a nível dos jovens organizado pela casa da juventude, a recriação que aconteceu já no ano passado das invasões francesas, a recriação teatral, o Festival Pirata, é mais uma oferta cultural, não querendo copiar o que já existe noutros concelhos mas sendo diferenciador e melhorar e levar essa oferta cultural não só a nível turístico só para o turista mas levar essa oferta cultural aos bairros olhanenses, aos bairros do concelho, para quê? para aproximar o turista das gentes, que é aquilo que temos bom no nosso concelho também e levar essa oferta cultural aos bairros aos largos, ao Largo da Igreja, ao Largo do Grémio ao Largo da Fusetta para que o turista vá ter com as pessoas, não ser só essa oferta cultural nos grandes espaços é para isso que temos trabalhado nos últimos anos para que isso aconteça, levar o turista para junto das pessoas.	ESP5	10.1
23	33:56.9 - 35:55.1	Não existindo uma boa oferta de transportes, uma boa oferta de alojamento a oferta turística por vezes esgota-se e quando nós queremos promover um grande evento desportivo também é outra componente. Se quisermos organizar um evento desportivo ligado à natureza podemos ter alguma dificuldade de alojamento dentro do concelho, temos que procurar os concelhos vizinhos e isso, por vezes, pode ser uma fechadura que não permite essa oferta para a organização desses eventos ou para esse turismo vir porque se esgotam e é importante acompanhar o desenvolvimento turístico da região com o alojamento, o transporte para os turistas. Nós queremos mais turistas como é natural, mas não queremos que eles ai andem de carro o dia inteiro, queremos que andem a pé ou que peguem no transporte público de manhã, vão fazer a sua caminhada ao campo pelos percursos, pelas veredas da parte interior e, se calhar, regressem depois no autocarro a seguir e isso não existe, mas tem que existir para que seja equilibrado a questão ambiental e a oferta.	ESP5	11.
24	35:55.1 - 37:55.4	Existem mas não em número suficiente, algumas delas estão em crescimento. Em termos culturais existem algumas associações que fazem um trabalho essencial, fundamental com esse turismo, pode-se dizer com o turista que nós não vemos. Há um turismo que existe muito ligado às artes, há várias associações que promovem esse tipo de turismo que nós nem quase que os	ESP5	12.

		<p>vemos nas ruas, porque eles vêm ocupam a sua unidade hoteleira, entram em <i>workshops</i> muito ligado à arte mas é um turismo desse tipo de turista que pode ser muito importante para o concelho. Também depois alguns eventos estão a crescer, como referi à pouco, as Noites do Levante e o Festival Pirata, estão em franco crescimento e começam a trazer muita gente, também durante esses dias ao concelho.</p>		
25	37:55.4 - 40:52.3	<p>O concelho de Olhão temos uma vantagem e podemos ter uma desvantagem, felizmente temos a Ria Formosa e o Parque Natural da Ria Formosa mas penso que articulação entre as várias entidades não funciona como se desejaria porque o turismo vai haver as pessoas vão vir, por vezes é preferível nós organizarmos todos ver um planeamento em que dentro do parque se melhorem algumas situações depois poderemos ter dissabores com problemas da destruição da fauna e da flora e às vezes falta articulação ou abertura de determinadas entidades para que isso seja feito. O planeamento é essencial entre todas as partes não poderá ficar nenhuma entidade, nenhuma parte seja privada seja pública num planeamento de fora ela tem que entrar sempre porque todos devem caminhar no mesmo sentido para quer seja um planeamento e uma organização turística para todos, é essencial o planeamento e a organização entre todas as entidades.</p> <p>Todos no planeamento e todos a colocar em marcha, sem dúvida. Se todos planeam fazem parte porque por vezes enriquece, existe da parte pública situações que são desagradáveis, nós planeamos, pensamos fazer assim nós em termos globais, todos fazemos e depois quando algo corre mal é sempre sa parte pública que tem que resolver, na maioria parte das vezes, mas é essencial todos no planeamento e todos na execução e todos na organização.</p>	ESP5	13.
26	40:52.2 - 42:29.4	<p>Todos. Pertence a todos, posso dar um exemplo que em funcionou o planeamento público e o privado não acompanhou, no ano passado ou dois anos na noite das festas da cidade em que se planeou um grande evento com uma grande artista portuguesa, o nome maior na altura e eventualmente e depois podemos dizer que o privado não acompanhou porque encerrou portas à sua hora normal quando poderia dar outra imagem às doze mil pessoas que estiveram naqueles espaço naquela noite, por exemplo, dá uma má imagem da cidade, porquê? Ok, temos cá público, quero ir jantar às dez da noite e já não tenho ninguém que me sirva, o privado nessa vez falhou um bocadinho. Têm que acompanhar todos eles. Pôr em prática compete a todos os</p>	ESP5	14.

		setores.		
28	43:19.6 - 45:35.6	(...)O sonho para o desenvolvimento é que nunca, nunca se perca aquilo que de bom temos, que são as pessoas, é a alma olhanense que é a ligação ao mar e às suas gentes, não ao mar só como fim turístico, mas ao mar como fim turístico sustentável e o fim económico essa é a visão que eu tenho que é ligarmos o mar e não esquecer o interior porque felizmente todas as freguesias do concelho têm mar, nós chegamos todos ao mar e quando falo de mar falo da extração de sal que é extremamente importante no nosso concelho, que é um dos recurso que ainda está sub aproveitado, pode ser muito mais aproveitado em termos turísticos. Manter a ligação ao mar, manter a simplicidade das pessoas e manter esta alma olhanense como todos nós temos.	ESP5	15

ESP 6

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:57.8	Ok. Bom, o papel do turismo é importante principalmente para uma região como a nossa o Algarve, mas também a nível nacional e, portanto, não só a nível de receitas, mas também a nível de troca sei lá cultural há sempre uma grande vantagem em recebermos turistas não é. Acho que ficamos todos um pouco mais ricos. Mas acima de tudo acho que é mesmo a questão económica acho que é importante para uma região a nível nacional é importante a nível regional também principalmente para o Algarve, não é? Que eu acho que é o grande motor da economia algarvia é sem dúvida o turismo.	ESP6	1
3	2:03.8 - 4:17.7	Inicialmente não via o turismo não via Olhão apelativo ao turismo, eu entrei em 2009 em Olhão não conhecia Olhão quer dizer só conhecia Olhão de ir lá comer, porque de facto a nível gastronómico é muito rico e tem uma boa qualidade/ preço ainda tem alguma boa qualidade de preço e não via Olhão em 2009 por exemplo como destino turístico neste momento e tendo em conta aquilo que está a ser feito pelo executivo e que tenho conhecimento há um aposta muito grande e isso tem sido benéfico acho que o motor de arranque foi efetivamente a chegada do hotel que muita gente não acreditava, achava que era que ia ser péssimo para tudo e não, antes pelo contrário foi muito bom foi o motor depois por tudo aquilo que à volta se desenvolveu. Tu não tinhas, só para teres uma ideia, em Olhão antes da chegada do hotel tinhas ali dois tinhas uma pensão e tinhas ali pronto alguma coisa tinhas ali alguns ALs umas coisas muito pequeninas e sem grande expressão se fores falar de Olhão concelho a coisa ainda é pior tinhas Moncarapacho, Moncarapacho Fuseta agora é a união de freguesias eras capaz de ter ali também sem grande expressão neste momento com a chegada de turistas e cada vez mais essa oferta. Cada vez mais essa oferta tem sido diversificada e acima de tudo tem sido melhorada a nível de qualidade. Tu hoje já tens em Olhão, tens um hotel mas e depois tens outras estruturas que são igualmente boas e com qualidade. Acho que sim acho foi muito importante, aliás, mais uma vez foi o motor de desenvolvimento que Olhão tem tido e de reconhecimento não é.	ESP6	1.1

4	4:17.7 - 5:38.7	<p>Eu não sei se em Olhão conseguimos ter um desenvolvimento sustentável. Tenho um bocado de receio que cheguemos a uma altura em que a oferta seja inferior à procura e com isso criamos aqui uma situação complicada. A sustentabilidade nessa subida tem que ser sempre apoiado em manter uma oferta sempre superior à procura acho que tem que ser por aí e depois a nível de restauração também, também vai ter muito peso nessa sustentabilidade, nessa evolução, nessa sustentabilidade que pronto que irá forçosamente que ter eu acho que neste momento ainda não tem acho que estamos neste momento a subir atingir rapidamente o pico como se diz muito mas espero que haja uma sustentabilidade nesses temas que ser com uma oferta boa, não é? De qualidade acho que tem que ser forçosamente por aí.</p>	ESP6	2.
8	12:01.1 - 14:38.3	<p>Em termos culturais eu acho que ainda se confunde muito e muitas vezes, contra mim falo, confundo muito o que é a cultura e depois o que é a cultura de massas. Eu compreendo que tenha que haver uma e outra mas tem que haver um equilíbrio compreendo perfeitamente que faça bailarico mas também tem que se compreender porque se faz uma exposição num museu, por exemplo, não é ou porquê que se apoia determinado artista, percebes? Acho que ainda há uma diferença grande entre uma coisa o que é o popular confunde-se muito o que é o popular isso também, mas isso não é só em Olhão, acho que não é só em Olhão estamos a falar em Olhão. Confunde-se muito o que é popular e o que é cultural, não quer dizer que o popular não seja cultural, mas temos de alimentar entre aspas, tem que haver um cuidado de quem decide de haver um equilíbrio entre aquilo que é para as pessoas porque as elites também precisam e muitas vezes a gente esquece disso. E também da nossa parte mais uma vez o museu tem feito um esforço muito grande para ter um estatuto e chegarmos a todos. É a nossa função também a nível cultural por isso é que eu estou a falar depois também tirando o museu tens o arquivo obviamente, tens a biblioteca que são pólos importantes de cultura que fazem cultura e educação mas depois também não tens muito mais e isso nota-se essa diferença tens ali a Recreativa também, também há associações como a APOS, que tu sabes, que tem um papel muito grande, mas é mais de intervenção mas também tem tido, enfim pontualmente, também tem tido alguma responsabilidade na educação das pessoas, como vou dizer na proliferação de culturas espalhando a cultura por toda a gente são papéis importantíssimos mas de facto falta isso, porque não podemos só fazer bailaricos temos que ter também o outro lado as pessoas tem que perceber o que a é a arte nas suas mais variantes</p>	ESP6	3.

		formas, a cultura, não é só o baile e pronto é isso que eu acho.		
10	17:46.7 - 19:50.8	Eu acho que há vontade que isso aconteça. Acho que há vontade quem governa que isso aconteça acho que muitas vezes não há é possibilidade de implementar determinadas políticas que levem à sustentabilidade. Isso aí já é outra história porque acho que há conhecimento a nível do executivo acho que há conhecimento disso, mas eu acho que também não há possibilidade de avançar muito mais do que aquilo que se tem feito. Agora se me disseres se calhar está a ir muito dinheiro para um lado e pouco dinheiro para outro, sim, se calhar se calhar há coisas que se vão fazer de outra maneira obviamente mas quem decide tem muitas das vezes de tomar essa decisão também não acredito que quem o faça ou melhor também não quero acreditar que o faça de maneira a prejudicar a população que não me parece que isso seja o objetivo de qualquer político, mas há políticas que poderiam ser melhor conduzidas, sem dúvida que sim, mas há outras que embora estejam a ser implementadas não há meios para conseguir melhorar essas políticas, eu acho que é um bocadinho a todos os níveis acho que é por aí. Sustentabilidade do turismo pois não sei acho que vamos tentar enfim que seja melhor, eu acho que o executivo está a tentar que seja melhor com há aí projetos novos que vão trazer alguma diversidade em termos de oferta, agora o resto tem que acompanhar eu não sei em que ponto é que as coisas eventualmente tão rapidamente como os investimentos que se vê aí.	ESP6	4.
11	19:50.8 - 20:54.2	Em Olhão. Sem dúvida a nível de restauração acho que é mais forte a nível de restauração continua a ser a mais forte. Se bem que se tem de mudar muito essa imagem agora. Eu acho que falta ali em Olhão lá está falta outro tipo de oferta que não só a restauração. Enfim, tenta-se implementar também alguns projetos mas acho que não tiveram tanta visibilidade ou se calhar também não foram tão bem implementados, mas a ideia continua a ser, é efetivamente a restauração acho que se associa logo marisco, peixe enfim em forma de vender essa ideia. Acho que é um bocado isso.	ESP6	5
14	24:47.6 - 29:23.3	Eu acho que tem vindo a melhorar não é o ideal, lá está, eu acho que estamos a promover coisas que não devíamos promover ou que não devia ser tanto por aí mas eu acho que já há um cuidado grande na divulgação. Não é trabalho do executivo, atenção! Eu acho que é trabalho dos agentes turísticos que conseguem vender muito melhor do que a própria Câmara, também a Câmara não tem que vender, tem que fazer algumas atividades e tem que promover alguns encontros, mas de	ESP6	5.1

facto a Câmara não é um agente turístico. Eu acho que deveríamos lá está, por exemplo, fizemos se eu me recordo fizemos uma vez e que devíamos ter feito mais um encontro de agentes turísticos por exemplo uma operação de charme, acho que a Câmara devia proporcionar isso mais agora nesta situação que nós vivemos é complicado. Mas se calhar quando isto tudo passar fazer mais operações dessas de charme eu que me lembro tivemos uma quer dizer fizemos uma convidámos todos os agentes turísticos do Algarve depois apareceu montes de gente eram quarenta pessoas, eu tive um grupo enorme mas eu tive que dividir eu, a Sandra Romba e a Vera e dividimos o grupo em três porque era muita gente então andámos a passear com eles por Olhão, depois fomos a Moncarapacho, fomos lá para aquela zona dos cerros fomos passear também com eles mostrar que existe. O Olhão não é só deixar o pessoal embasbacado e pronto depois metem-nos no carro no autocarro e vão se embora outra vez, percebes?! Não pode ser e aquilo que nós queríamos fazer era precisamente incentivar a que as pessoas pegassem que os guias pegassem nas pessoas nos grupos e os levassem lá para dentro percebes? Visitar a Barreta, visitar o Levante, ir à igreja, ir ao museu, ir seguir a avenida, percebes? Tem histórias para contar levá-los para ali e essa operação de charme acho que resultou. Agora o impacto que isso teve não sei, mas lá está porque se fizeres uma não resulta, eu acho que o papel da Câmara do Município enfim e enquanto entidade é promover esses encontros promover e fazer com que se fale de Olhão e isso há várias formas, não é? Não é só Cristina Ferreira, há mais gente importante. A gente sabe que estas coisas hoje em dia funcionam muito bem o Instagram e (...) e não se quê funciona muito bem, mas não pode ser só isso. É pegar neles nos agentes turísticos nacionais nos melhores que a gente tiver e mandá-los para Olhão e “Olha venham para cá passar uma semana agente paga-vos tudo” isso tem que ser atribuição do Município, porquê? Porque é a imagem do concelho. E agora depois continuar a ter *feedback*, não é? Insistir com eles dizer “Então, mas quantas pessoas é que vocês tiveram quantas gentes já meteram cá no hotel?” percebes? É importante eu acho que esse papel ainda não foi feito eu acho que o gabinete de turismo também ainda é muito novo muito recente está a tentar fazer umas coisas engraçadas também posso dizer. Já fez umas coisas engraçadas por exemplo nós não íamos à BTL, Olhão não ía à BTL, quer dizer ía incluído numa coisa enfim e não tinha destaque e há uns anos tem tido destaque, tem tido algum destaque tem o dia de Olhão por exemplo isso é uma coisa que nunca se podia pensar na BTL, não é? Nunca se pensou. Eu nunca tinha ido, íamos incluídos na Região de Turismo do Algarve. E agora continuamos a ir mas temos o dia de Olhão na BTL o que é

		uma coisa muito gira. Nunca se pensou nisso. Portanto, lá está estes pequenos passos não é muito visível para nós que estamos ali, mas esses espaços existem agora se calhar apostar mais na divulgação e eu acho que à trazer esses agentes turísticos para Olhão acho que é o caminho. Acho que sim.		
15	29:23.3 - 29:24.9	Bom, Olhão tem que apostar naquilo que efetivamente tem de mais genuíno é a história, é a restauração, acho que não podemos vender praias porque temos a Armona mas a Armona é lindíssima mas é pouco e tem um <i>handicap</i> muito grande que é a acessibilidade. Temos que apostar mais na acessibilidade e acho que é por aí. Acho que a nível cultural tem também tem de ser tem que haver uma aposta mais vincada, hoje já tem fez-se um trabalho engraçado com a questão das lendas acho que, entretanto, se perdeu acho que Olhão também não pode depender só do Festival do Marisco, acho que é uma parvoíce. Há mais festivais enfim, há mais iniciativas de uma forma geral que se podem fazer e que atrai também determinado público. E, pronto, lá está não cair naquela ideia fácil de fazer o bailarico, é importante mas não pode ser isso que atrai as pessoas em Olhão, nesse aspecto acho que à muito a melhorar ainda. Acho, sei lá este ano temos as obras isso é um problema enfim não é um problema porque é uma medida mas temos as obras já sente-se um medo de não ter maneira de fazer o Festival do Marisco embora se saiba que esta situação de pandemia não irá permitir mas sente-se algum receio de não se fazer o Festival do Marisco, Olhão não pode viver do Festival do Marisco só não pode ser um evento e neste momento é o evento e nota-se isso se não fizermos o festival o que é que se vai fazer? Tem que haver mais opções. Tem que haver mais oferta não pode ser cingido a um único evento anual o Festival do Marisco é muito grande e muito bom e importante para a cidade e para o concelho sem dúvida, mas não pode ser o evento tem que ser mais nessa diversificar essa atratabilidade que as pessoas tem que ter por Olhão não pode ficar só pelo festival, não é?	ESP6	6.
16	31:53.3 - 34:07.7	Olha, eu gostava muito de ter património imaterial e tu também és uma pessoa sensível a isso sabes bem o que é que estou a dizer acho que o património imaterial é o que Olhão tem de mais genuíno, não é? E com mais força que distingue logo de tudo. Dentro desse imaterial há um manancial enorme, não está a ser desenvolvido isso também falo contra mim é evidente, também não consigo chegar a todo o lado. De qualquer das formas acho que é um desafio que eu tenho que é apostar também muito na questão imaterial. Não há muito material para ver porque não tens grandes	ESP6	7.

		monumentos em Olhão, não tens, aqueles que tens são importantes e tem uma história para contar são as histórias e são as pessoas é o que eu acho que Olhão tem de melhor e que tem de diferente de tudo. Porque não encontras a tal maneira de ser olhanense. Lá está o fator seja de base, mas de facto não encontras em mais lado nenhum. Aquela forma de estar e de pensar a gente percebe logo aquilo é de Olhão, é olhanense e não é depreciativo é a maneira de estar na vida. Acho que é muito próprio não tens nada parecido sequer no Algarve. E eu acho que é isso é muito a questão imaterial acho que é esse legado que pronto que, enfim, que os agentes culturais que existem em Olhão tem de pegar e tem que seguir, também contra mim falo não é. Embora acho temos feito um bom trabalho nesse campo. Mas não é suficiente ainda, há-de ser.		
17	34:05.9 - 35:07.0	Pois. Não, eu acho que é isso que cada vez mais se procura. Eu acho que cada vez mais as pessoas procuram uma experiência quando vão a um sítio, acho que dificilmente neste momento agora se procura sentar, quer dizer há gente que o faz obviamente, acho que a grande aposta do turismo neste momento é precisamente a experiência. Não tens muita gente já a vir para qualquer destino turístico para sentar à sombra da bananeira e ficar ali quinze dias sempre deitado. Não, as pessoas querem experimentar coisas querem ir andar de barco, querem ir andar de burrinho, se for caso disso, portanto isso é as experiências que conta. Acho que sim, conta muito é muito importante.	ESP6	8.
18	35:07.0 - 36:59.0	Acima de tudo é identificando, e daí esse trabalho tem de ser de quem estuda, que é identificar precisamente os aspectos da cultura que podem ser potenciados pelo turismo e pelos agentes turísticos. E esse é um trabalho que é dos agentes culturais e lá está para que isso aconteça tem que haver um trabalho de estudo, não é. E é esse estudo que enfim que estamos por acaso no museu estamos precisamente a fazer é precisamente isso é fazer o levantamento da não só de tradições mas da perpetuação de algumas tradições que existem, por exemplo, agora vamos ter ali uma reunião na quarta-feira não na Fuseta precisamente por causa da questão da pesca do bacalhau que como sabes é um fator extremamente importante ali na Fuseta e a nível de património imaterial é um manancial enorme. Aquela gente não ia toda, mas a grande maioria daquela malta ia para a pesca do bacalhau, portanto, e não só as histórias que se contam do mar mas depois também aquelas que se contam de quem ficava em terra à espera. E o que é que faziam, como é que viviam, tudo isso está ali à espera de ser pegado agora pois se calhar tem de chegar mais tem que se aprofundar mais, lá está, esse património imaterial e depois vai dar origem a que essas experiências	ESP6	9.

		surjam. Eu acho que é um bocado isso.		
19	36:59.0 - 38:33.0	Recursos culturais tens a nível cultural tens naturalmente tens a Ria Formosa, não é? Tens depois cá dentro tens os cerros o de São Miguel e o cerro da Cabeça, portanto a nível natural tens estes dois recursos que eu identifico como sendo talvez uma rampa de lançamento. Ah cultural. Ok. Então a nível cultural tens as associações, podem se calhar, de futuro ter um papel mais interventivo e que podem ajudar também mais a desenvolver mais esse lado, tens a parte governamental, tens as instituições governamentais como por exemplo o museu tens enfim diretamente tens o museu não tens assim muito mais tens depois as paróquias que vão tendo alguns laivos de organização a nível também de perpetuação da memória mas pronto não tens assim muito de facto efetivamente não tens.	ESP6	10.
20	38:33.0 - 40:14.3	Pois, é como te disse aí acho que temos um caminho grande a percorrer ainda acho que não há efetivamente uma aposta na cultura enfim cultura, cultura pura e dura, acho que há uma aposta depois a nível de espetáculos e também é importante obviamente, mas tens o auditório enfim que antes desta situação tem uma oferta regular, não é? e também ajuda, mas depois tens pouca coisa, ainda é efetivamente pouca coisa. Acho que nos próximos anos vamos ter uma melhoria nesse sentido pelo menos já me começam a perguntar o que já não é mau o que é que se pode fazer? Qual era o caminho que se pode tomar? Ainda neste momento âncoras não tens assim muito grandes, tens o museu em termos de oferta cultural e tens o auditório neste momento é o que existe, depois tens as paróquias, pronto, tens alguma coisa, mas não tens assim muito mais do que isto.	ESP6	10.1
23	45:01.1 - 46:24.1	Na minha opinião tem que andar par a par porque se não andarem par a par a coisa corre mal. Lá está se investires muito na oferta tens que ter depois alguém que o faça, não é? E se depois não tens condições para as pessoas lá ficarem. Neste momento Olhão apesar de pronto melhorou bastante como eu referi anteriormente, mas precisa de caminhar muito na promoção de as pessoas ficarem em Olhão, e Olhão começar a ser visto como um destino turístico e não apenas um sítio de passagem. Eu acho que quando Olhão for efetivamente um destino turístico consegue ultrapassar essa dificuldade de cimentar, das pessoas ficarem, não é? Acho, mas isso tem um papel tem que andar sempre par a par porque se não não resulta. Não vejo as coisas como uma mais importante	ESP6	11.

		que a outra, têm que andar as duas a par se não a coisa não resulta muito bem.		
24	46:24.1 - 47:58.2	<p>Em Olhão exato. Existe uma, mas lá está falta de divulgação que é o Caminho das Lendas. Acho que não há assim mais coisa que marque Olhão que o Caminho das Lendas. Porquê? Precisamente lá está vem sempre à questão imaterial, acho que o Caminho das Lendas foi muito bem desenhado e acho que atinge um dos objetivos que é precisamente as pessoas passearem lá por dentro por dentro da cidade. Mas agora eu gostava muito e isso também tem sido um desafio porque também tenho pensado é tem que haver mais caminhos das lendas espalhados pelo concelho, percebes? Não podemos ficar só pelo Olhão cidade tem que arranjar maneira de arranjar outros percursos já, há a questão das igrejas que ultrapassa e que passa todas as freguesias, mas temos que arranjar entre aspas percursos caminhos das lendas espalhados por todo concelho precisamente para conseguir levar às pessoas uma experiência única, não é? isso eu acho que o Caminho das Lendas é único, isso é um chamariz lá está, peca pela falta de divulgação. Acho eu.</p> <p>Em termos turísticos?</p> <p>Sim, sim. Exatamente. Acho que esses são é uma das coisas que chama muito as pessoas, mas tem de ser bem divulgado, lá está passa sempre por uma questão de divulgação.</p>	ESP6	12.
25	48:21.7 - 49:55.4	<p>Exatamente. Eu digo isso numa só palavra comunidade. Acho que a comunidade tem de ser chamada a emitir a opinião e nessa comunidade obviamente o setor público, privado, as associações isso tudo tem de ser chamado a intervir porque são elas que são os principais agentes, não é? Uma delas tem de ser o promotor que acho que tem de ser o setor público, tem de ser o promotor desses encontros e dessas, enfim, dessas conversas que tem que haver, e depois também as associações eu acho que as associações acima de tudo com massa crítica podem e que conseguem criar tem que estar também presentes nessa tomada de decisão e tem que ser sem dúvida alguma. Tu pertences a uma eu pertenço também a outra, não tenho nada a ver com Olhão que é a associação Alportel e eu sei bem o que é que se passa, não é? E sei bem que muitas das vezes não são tidos em conta pelos executivos, eu sei porque muitas das vezes também vão contra e que chamam muitas vezes a atenção para aquilo que está errado, mas estão a fazer o seu papel e têm que ser ouvidos, isso todos os agentes que tu referiste são importantes.</p> <p>((operacionalização))Não. Acho que na questão prática não, acho que na prática deve ser o setor público. Não estou a dizer isto porque lá está eu acho que nas tomadas de decisão tem que ser toda</p>	ESP6	13.

		a gente, agora a pôr em prática acho que não, porque isso iria acarretar outras situações a questão económica sempre, mas também eu acho que apesar de tudo as coisas são como são, o setor público e quem toma a decisão tem conhecimento dos recursos não só económicos mas de todos os outros tem que ter pelo menos esse conhecimento e tem que tomar também uma decisão baseada nesse tipo de análise de situação, não é? Eu acho que ainda não é possível através da restante comunidade tomar esse tipo de decisões, não que não sejam capazes também não tem conhecimento não é? Não tem conhecimento total das situações.		
26	51:01.1 - 51:36.7	Turismo cultural eu acho que deve lá está toda a comunidade, enfim das associações, os grupos, o poder político também o Estado representação local mas deve ter em conta tudo isso, todas essas entidades. (operacionalização)) Tenho a mesma opinião sim. Acho que aí tem que ser o público a tratar disso.	ESP6	14.
28	52:16.7 - 58:01.5	Eu falei tanto. Eu acho que essa pergunta podes tu responder. Se achas que eu não toquei em alguma coisa. Não sei, eu acho que não. Não sei diz-me tu o que é que eu não falei? Pois. Não, eu até acho que falámos um bocado de educação e tudo, não foi? Abordamos ali uma coisa eu até agora recordo enfim falámos um bocadinho da questão da educação. Não, eu acho que falámos de tudo. Acho que até falámos de tudo. Vê lá se te lembrares aí de alguma coisa, mas eu não me recordo eu acho que não. Eu acho que abordamos tudo. É pá, eu aí ia puxar a brasa à minha sardinha. Pois olha mais uma aposta na questão cultural. Eu acho que vai haver também os outros na calha na verdade. Também não é assim estão mais dois projetos que eu vejo que têm pernas para andar e que muito brevemente vão ser tornados públicos que têm pernas para andar acho que vai ser engraçado até. Pronto, metem o museu também mas eu vou puxar a brasa à minha sardinha porque isso é para estatística portanto tem que se apostar na questão cultural. Acho que sim, cultura. Eu não sei se fazia falta mais um museu, eu acho que fazia falta diversificar a oferta de museus em Olhão. Eu acho que há um museu e depois pode haver é, enfim, outras ofertas a nível de museus. Acho que há espaço a nível de conteúdos para fazer outro um ou dois museus. Melhor dizendo um ou dois espaços expositivos. Acho que há. Há material para isso e há conteúdos como eu referi há conteúdos para isso. Não sei o que é que o futuro também reserva, não é?	ESP6	15.

Sim, mas sabes que eu talvez não fosse por aí porque sim há uma série de pessoas como eu já tenho ouvido falar e claro que sim Olhão devia ter um museu de indústria conserveira e não sei quê eu acho sim, quer dizer devia ter pelo menos ali uma memória daquilo que foi a indústria conserveira. Sem dúvida. Acho que isso vai-se conseguir a curto, médio prazo vá. Mas eu acho, por exemplo, mais importante haver um museu da Ria, acho importante haver um museu da Ria e acho importante da indústria conserveira, acho que é importante haver um museu que perpetua a memória imaterial da questão do bacalhau por exemplo da pesca do bacalhau porque diferencia. Estás a ver? Tu não tens nenhum museu da Ria, não tens nenhum museu que perpetue o bacalhau aqui no Algarve. A pesca do bacalhau principalmente ali na parte da Fusetta. E não me parece, por exemplo, tu também tens, e porque não, tu tens ali um marco importante natural que é o cerro de São Miguel e que está sob a jurisdição de Olhão e administrativa e não tens nada e aquele cerro é importantíssimo tanto um como o outro o cerro da Cabeça como o cerro de São Miguel. E porque não haver algum pólo museológico que se perpetua essa ideia. Não é? Eu acho que isso é essencial, se calhar tão importante como o museu da indústria conserveira.

Sim. E há pouco tempo. Não estou velho, nem de longe, mas queria fazer isso pelo menos um ou dois desses projetos queria que no meu tempo enquanto funcionário não é do Município conseguir levar avante um ou dois projetos desses já ficava muito contente. E, portanto, manter obviamente o museu ali a funcionar e com conteúdo, eu acho que acima de tudo, não é tanto a questão, nós fazemos um trabalho que não é muito visível que é temos tido por exemplo com os seniores.

ESP 7

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:42.8	Ah, pois é que a pergunta é extremamente vaga. É total é dinamizar a economia dos países, é dar a conhecer a nossa cultura, a nossa oferta, o turismo é muito importante na ligação entre os povos.	ESP7	1.
3	1:14.0 - 1:56.5	Olhão pronto. Olhão tem uma oferta muito específica, e o turismo no concelho de Olhão é uma realidade pronto, muito local tem uma oferta muito boa a nível de usos e costumes, de visitas aos mercados, tem as ilhas que são paradisíacas, portanto, Olhão tem um potencial enorme para o turismo é cada vez nota que o território está melhor estruturado em Olhão nos últimos anos tem sido bastante evidente isso.	ESP7	1.1
4	1:56.5 - 2:45.1	Para mim o desenvolvimento é sempre sustentável, o crescimento é que não pode não ser sustentável isto é na minha opinião mas eu sou geógrafa está a ver, então tenho uma opinião mais específica e então, portanto, o desenvolvimento é algo a crescer, haver um crescimento equilibrado em que não só parte económica como a parte ambiental estão em harmonia e estão em sintonia em que para evoluir a economia não se degrada o ambiente e para proteger o ambiente não se destrói a economia, está aqui o equilíbrio entre os entre estas duas áreas a economia e a paisagem, o ambiente para mim isso é que é o desenvolvimento sustentável.	ESP7	2.
5	2:47.8 - 3:02.9	Sim, aliás quando falo no ambiente até posso alargar à cultura tudo aquilo que é nosso, a oferta local, tudo isso tudo isso inclui sim.	ESP7	3.3
6	3:02.9 - 4:00.7	Olhe, neste momento coloca-se em Olhão e coloca-se em todo mundo esta questão da pandemia, é a principal questão que paralisou o mundo e paralisou Olhão e paralisou o Algarve e este vai ser o maior constrangimento que passámos na nossa vida em termos turísticos. Fundamentalmente acho que é este o maior constrangimento neste momento. Porque o resto é ultrapassável eu acho que Olhão estava a crescer com muita harmonia e estava paisagisticamente estava a ser recuperado e tem uma marginal lindíssima, tem um mercado espetacular, tem pronto, nota-se	ESP7	3

		estava-se a notar muito isto agora paralisou tudo paralisou. Este é o problema principal.		
7	4:02.2 - 4:57.9	Eu não posso aprofundar esse tema porque não conheço em detalhe. Porque nós somos o turismo é Algarve cada território é muito específico algo que haverá de detalhes que eu não conheço e que possa não ir de encontro a essa sustentabilidade, mas eu aparentemente sim, tanto que nós, por exemplo, em outubro setembro passado fizemos em Olhão uma ação precisamente por consideramos que sim, por isso, fizemos lá o “Algarve Nature Fest ” é um festival de turismo de natureza precisamente e fizemos no passeio de Olhão e em frente ao hotel e precisamente escolhemos esse território por acharmos que tinha potencial.	ESP7	4.
8	4:57.9 - 5:13.4	A mim ocorre, quando eu penso em Olhão, bom marisco, boa gastronomia e ilhas lindíssimas, praias deslumbrantes.	ESP7	5.
11	6:22.2 - 10:23.3	É assim eu acho que, eu não lhe sei responder a isso, porque eu não conheço o que é que Olhão faz para comunicar o destino Olhão, porque nós eu conheço é o destino Algarve está a ver? E eu acho que os municípios muitas vezes, eu vou-lhe dar um exemplo até há uns anos atrás todos os municípios iam à Bolsa de Turismo de Lisboa e cada um tinha lá a sua barraquinha, o seu stand, e comunicava cada um o seu território, agora não, agora os vários municípios juntam-se a nós à Região de Turismo do Algarve, aparecem integrados no nosso stand e é comunicado globalmente como Algarve. Porque ninguém vai conhecer Olhão ou Tavira ou Portimão se formos a Inglaterra ou Irlanda ou um país assim, conhece é a marca Algarve, não conhecem a marca Olhão. Não é? Poderão conhecer um público mais limitado porque eu acho que a promoção que deve haver deve ser mesmo sempre com a marca conhecida que é a marca Algarve. Claro, obviamente porque tem as suas companhas e que hão-de ter, não sei não conheço não posso afirmar que estou a comunicar bem porque não sei se estão. Sei que quando comunicam conosco fazem bem conosco e que estão no mesmo barco que nós. Agora se for noutra perspectiva dos eventos que fazem, é uma forma de comunicar o destino também não é? E também fazem têm o Festival do Marisco agora pronto mas agora tudo parou mas tem o Festival do Marisco tem as suas ações no território e sim comunicarão com os emigrantes, nós não estamos a par da forma como isso é feito especificamente, está ver? Agora quando comunicam conosco e com a Região de Turismo com a marca Algarve. Embora haja a tendência para ser o município gostar de comunicar sua própria	ESP7	5.1

		marca, havia essa, mais cada vez há menos essa tendência agora integrados conosco porque está a ver? Vamos para a Austrália o que é que isso interessa saber Olhão, ou Loulé ou Faro, interessa-lhes Algarve a marca o que é conhecido, é o Algarve não é? E depois dentro do Algarve há várias especificidades há Olhão território genuíno com boa gastronomia, com boas praias, há depois Loulé com cultura, enfim, depois cada território faz parte deste global.		
12	10:23.3 - 11:04.5	Continuar a qualificação do território urbanisticamente, por exemplo, que já o está a fazer e muito bem, continuar a apostar na mobilidade cada vez mais em fazer passeios pedonais passeios em fazer passeios cicláveis é essa a estratégia na moda e agora cada vez mais. E apostar neste equilíbrio porque este é o nosso futuro isto é que nos vai trazer uma maior sustentabilidade.	ESP7	6.
13	11:04.5 - 11:41.5	Bom isto é uma opinião quase ad-hoc eu penso que a gastronomia o bom marisco, o bom peixe a nível do turismo gastronómico é distinto, Olhão é conhecido pelo excelente peixe pelos bons restaurantes eu acho que essa pode ser uma via entre outras claro.	ESP7	7.
14	11:41.5 - 12:43.5	As experiências globais, não é? Integradas, não é? Podem ter tanto que, por exemplo, quando nós organizamos o “Algarve Naturfest” em Olhão era precisamente para mostrar o potencial que existe a nível de experiências possíveis nos vários territórios do Algarve e naquele caso como decorria em Olhão, para mostrar Olhão, e as experiências turísticas é o que o turista mais procura hoje em dia, o turista quando vai para um destino não procura só ir ver um museu, cada vez mais importa ir à praia, depois ir a um bom restaurante, fazer um bom jogo de golfe, fazer um bom passeio de bicicleta e tudo isto integrado ajuda a valorizar o destino. E Olhão claro que sim, tem potencial para isso.	ESP7	8.
15	12:43.5 - 13:37.5	Que experiências é que se podem de lá? Olhe, passeios pela costa, que os há, animação turística, marítimo turística neste caso, isso tem muito potencial, depois aliado à gastronomia tudo isto e aliado a um bom dia de praia também é importante e nós somos um destino de praia temos de valorizá-la e Olhão tem praias do melhor que há no mundo. Tudo isto como experiências Olhão tem potencial.	ESP7	10.
16	13:37.5 - 14:08.6	Sim, é importante mas a cultura é muito vasta, não é? A cultura não são só museus e	ESP7	10.1

		monumentos, a cultura também é a nossa história e há muitas histórias com Olhão, a nossa gastronomia também é cultura, o nosso folclore também é cultura a nossa música portanto, tudo isto Olhão tem tem disponível e tem potencial.		
18	14:34.2 - 15:44.4	Bem, Olhão aí não tem tanta oferta como tem, por exemplo, Vilamoura não é? Ou como tem Albufeira, portanto, o alojamento turístico é importante e já tem bons hotéis já tem lá pelo menos há um bom hotel e depois tem muito alojamento local que cada vez mais ele está com melhor qualidade e portanto, eu acho que há condições a vários níveis em Olhão. Poderia ter mais alojamento provavelmente a nível de hotelaria classificada, mas hoje em dia não são só os empreendimentos turísticos que existem também existe o alojamento local, também pode ter importância por enquanto em Olhão. Como por exemplo as ilhas também o alojamento local pode ser uma realidade, não é?	ESP7	11.
19	15:44.4 - 16:25.9	Sim, considero que sim. Aliás sempre vamos bater ao mesmo, na mesma tecla, mesmo bastante a nível das praias e a nível da gastronomia, são únicas. Aliás ouve-se falar de Olhão apetece ter experiências. Eu própria moro em Vilamoura, por exemplo, e vou à praia para esses lados. Muitas vezes quero ir porque gosto de ir tem locais bonitos e come-se bem, a esse nível sim.	ESP7	12.
20	16:25.9 - 16:57.6	Bem tem que haver sempre alguém que coordene os trabalhos e normalmente essas coisas os privados têm importância, quando estão associados, não estou a ver um planeamento feito por um privado só a desplotar um processo, mas estou a ver uma associação sim mas entidades públicas normalmente trabalham em parceria com os privados quer a nível associativo olha o exemplo disso é a Região de Turismo do Algarve cuja assembleia é constituída por privados e por entidades públicas depois temos um conselho de marketing constituído por privados e por públicos e fazemos é através daí que nascem os planos para a Região de Turismo e é claro em Olhão será igual. O papel dos vários <i>stakeholders</i> cada um tem a sua importância obviamente, todos são necessários para depois fazer uma boa planificação. (operacionalização) Não, tem que haver alguém que lidere isso aí tem que haver um líder. Sem dúvida nenhuma porque se não houver um que diga não eu vou liderar as coisas não se fazem estão sempre à espera uns dos outros tem que haver alguém que lidera e depois que junta os vários <i>stakeholders</i> e trabalham conjuntamente desde que sejam <i>stakeholders</i> que estejam	ESP7	13.

		diversificados, que sejam diversificados de várias áreas porque é importante tudo é importante para o turismo.		
21	18:16.6 - 18:32.8	Sim, claro (todos) cada qual com o seu contributo obviamente.	ESP7	14.
23	19:35.9 - 20:39.0	Em Olhão, em especificamente em Olhão? É sempre em Olhão não é? Para além da gastronomia, das boas praias, toda essa dinâmica porque depois também há tudo o resto que dinamiza o alojamento, o alojamento turístico é fundamental depois é a animação turística, tudo aquilo que se desenvolve no município e que ocupe as pessoas depois a parte urbanística, portanto, tudo isto pronto são um conjunto de fatores que levam para a frente o turismo.	ESP7	15

ESP 8

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	1:46.0 - 3:42.1	O turismo é muito importante para a economia, não é, isso é das tais coisas importantíssimo pelo peso que tem no PIB, pelo peso em termos de consumo, em termos de efeitos diretos, indiretos, induzidos em termos macro, em termos micro, em termos de investimento, do efeito multiplicador do investimento, em termos de balança de pagamentos a qual inclui a balança turística, mas isso é quase falar de impactos económicos. (...)	ESP8	1
3	5:03.9 - 6:43.0	Acho que tem vindo a melhorar e penso que nos últimos tempos, principalmente a partir do momentos que construíram o hotel de 5 estrelas e houve também a revitalização de toda aquela área junto às praças e de alguma forma o turismo associado à Ria e à dimensão náutica tem vindo a florescer eu penso que Olhão está bem posicionado e ainda tem um conjunto de ilhas, então essas, têm uma atração significativa pela sua beleza natural, então julgo que Olhão está bem posicionado para crescer, ultimamente em Olhão também se notou que tem vindo a crescer significativamente, a revitalização toda no bairro histórico, aquelas casas que estiveram durante tanto tempo devolutas ou até às vezes já descaracterizadas ultimamente temos assistido a que pelo menos a frente da casa tem havido um certo respeito pela fachada e não destruir a identidade daquele tipo de casas, não é.	ESP8	1.1
4	6:43.0 - 11:12.6	Mas isso é assim, já desde 1972 com a conferência de Estocolmo é que começam a surgir digamos assim as primeiras preocupações com o desenvolvimento sustentável, depois temos o relatório <i>Brundtland</i> , os 5 princípios assentam na conservação, preservação, equidade, respeito pelas capacidade de carga, respeito pelo longo prazo e depois tivemos a conferência do Rio (...) foi fundamentando isso mais a de Joanesburgo, mais e atualmente nessa sequência toda de grandes documentos temos a <i>Agenda 2030</i> , temos a agenda 2030 que tem as suas 17 metas e são de grande relevância, para o turismo a 8, a 12 e a 17 têm uma grande projeção, para o turismo também temos documentos específicos como o <i>Journey 2030</i> e o <i>Baseline</i> que de alguma evidenciam que este desenvolvimento deve assentar muito <i>nos stakeholders</i> e numa participação dos diferentes agentes, nomeadamente o próprio bussiness e a comunidade são muito	ESP8	2.

		<p>ênfâtizadas. A questâo ambiental, a questâo econômicâ, a questâo social e cultural sâo tãmbém muito reforçadas sempre com aquela preocupaçâo de nâo destruir os recursos tendo em vista usá-los no futuro. (...) se formos ver como a hotelaria jã introduz a sustentabilidade nas suas prãticas por exemplo, temos a <i>Planet 21</i>, temos Hilton, todos os grupos que constam nos 325 mais têm muitas prãticas de sustentabilidade e portanto mostram estas preocupaçôes com a certificaçâo, com a poupança de energia, com a poupança da água, com medidas tãmbém éticas e sociais em que os hóspedes sâo co-participativos, bom isso é um assunto que ficãvamos horas, se quiser que desenvolva alguma em particular logo me dirã, mas esse tãmbém é muito interessante.(...)Do ponto de vista cultural tem porque de certa forma eles muitas vezes com estas novas prãticas depois financiam projetos de natureza sóciocultural em determinadas comunidades com problemas e pobres e tem uma dimensâo tãmbém diferente.</p>		
7	17:15.5 - 17:37.2	<p>Temos que pensar que tipo de cultura é que estã a falar, estã a falar de todas? Da <i>high culture</i>, da <i>popular culture</i>? É assim, em termos de concertos de alta qualidade, <i>performances</i> teatrais, etc Olhão tãmbém tem vindo a melhorar com o equipamento cultural que colocou, agora nós tãmbém temos que ver que há uma grande proximidade face a Faro e consequentemente é tãmbém normal que muitas pessoas tãmbém se dirijam a Faro. De qualquer maneira a esse nível julgo que tem vindo a ser feito algum esforço principalmente com aquele equipamento que foi construído. Talvez tenha dificuldade em implementar com mais força devido à proximidade face a Faro e a Loulé que sâo mais dinâmicos a esse nível, mas penso que é um caminho que Olhão terá que ter com o futuro com certeza acabará por reforçar essa perspectiva. Em termos de uma cultura mais popular até acho que Olhão às vezes tende a manter algumas tradiçôes, alguma identidade própria com algumas festas e portanto tem a sua cultura como faz parte no fundo do Algarve e do país tem a sua cultura e a sua identidade, um conjunto de festejos que ocorrem.</p>	ESP8	3.3
8	19:18.5 - 24:03.7	<p>É assim um produto mesmo cultural é algo sempre em desenvolvimento, é óbvio que nós nâo estamos a falar de Lisboa ou do Porto ou de Coimbra e estamos a falar do tipo de populaçâo olhanense que jã tínhamos visto tem muita precariedade, nâo é, nesse contexto. Isso é uma questâo complexa porque é assim, o turismo tem vindo, nós sabemos que há uma grande entre o barlavento e o sotavento, ou seja, o barlavento mais sensivelmente para o lado de Vilamoura, Portimão, Lagoa, Lagos teve um desenvolvimento em termos de turismo muito maior e há mais</p>	ESP8	4.

		<p>tempo, conseqüentemente foram feitos muitos erros e compreende-se porque em 1980 não havia praticamente planeamento e ordenamento do território no Algarve, aliás em Lisboa os primeiros planos com mais importância começam a ter ascensão na década de 90 e aí é que eles começam a implementar de facto. Ora bem, tendo um planeamento e ordenamento tardio é óbvio do lado do barlavento houve um desenvolvimento muito excessivo com erros e problemas de deterioração da paisagem, agressão mesmo da paisagem, construções que todos nós vimos quando passeamos de barco e é feio de ver, não é, pronto. Obviamente que o sotavento devido a este problema de ter ilhas barreira e os turistas não acedem logo à praia e fica mais honoroso porque têm de ir de barco ou de comboio, naqueles combozinhos da praia do Barril, etc, é mais difícil e não se desenvolveu logo tanto, então, obviamente está numa fase menos desenvolvida de um produto turístico, assim sendo ficou mais resguardado e conseqüentemente tem mais hipóteses de tomar atenção a preocupações que outros não puderam ter e tem que agora gerir isto. Agora se as políticas de Olhão são manifestamente diferentes e preocupadas com a sustentabilidade não me parece. O que acontece é que como foi mais tardio e houve o planeamento e ordenamento do território e todo um conjunto de planeamento socioeconómico a nível nacional desde a nossa adesão à União Europeia é óbvio que esse enquadramento do planeamento socioeconómico o enquadramento do planeamento e ordenamento do território impossibilitou que fizessem aquilo que eventualmente poderiam fazer se tivessem nas mesmas condições dos outros e só não fazem por isso, portanto o enquadramento a haver, o enquadramento nacional e regional é que delimita isso não me parece que Olhão em si tenha práticas assim tão louváveis a esse nível é pura e simplesmente porque tem os enquadramentos a nível nacional e regional e portanto depois torna sensível também à obrigatoriedade dos planos da ordem superior.</p>		
9	24:03.7 - 24:19.6	A Ria, a ilha da Culatra, a Fusetas, é isso que me ocorre, a Ria.	ESP8	5.
12	26:52.6 - 29:34.3	Pois, para mim não é claro, às vezes vou a algumas feiras e não ouço falar de Olhão, às vezes vou a algumas feiras promocionais ouço falar do Algarve mas não necessariamente de Olhão agora Olhão pode beneficiar do facto de ter o Festival do Marisco, não é, e pode-se ir posicionando porque as pessoas muitas vezes não conhecem bem. Pois, também não me parece que seja óbvia, mas também não acho que cada concelho se deva afirmar cada um a gastar dinheiro com imagem, eu acho que deve ser algo concertado. Aliás quem tem a competência de promoção é a	ESP8	5.1

		Região de Turismo, tem a competência de promoção em Portugal, agora se cada concelho se vai pôr uma imagem, uma imagem, depois outro tem outra imagem, talvez seja bom uma consertação nomeadamente em torno da Ria Formosa.		
13	29:34.3 - 30:29.4	Já lhe tinha dito de certa forma, a questão do desenvolvimento da Ria Formosa e das marítimo-turísticas é fundamentalmente por aí, Olhão destaca-se mais na sua associação com a Ria Formosa, eventualmente também com o parque de Marim(...) acho que é por aí, o interior não me parece que tenha nada assim que chame suficientemente em termos internacionais, pode ter algum interesse Moncarapacho ou Quelfes mas é muito restrito.	ESP8	6.
14	30:29.4 - 30:48.9	Lá está os passeios de barco pela Ria, pelas ilhas.	ESP8	7.
15	30:48.9 - 32:14.8	É assim, como deve haver economia da cultura lembra-se de termos falado de termos falado de que tínhamos passado economia agrária, para a industrial para a dos serviços, para a das experiências para as transformações, portanto já não falamos tanto de produtos mas mais de experiências e nesse sentido tem que se vivenciar de uma forma distinta aquilo que é oferecido, aquilo que é oferecido tem que ter todos aqueles elementos que fazem parte da oferta turística, uma tematização, uma positividade, alicerçado numa preocupação de considerar todos os sentido e mais um que é da fantasia, essas questões que já falamos.	ESP8	8.
16	32:14.8 - 34:00.5	Exatamente considerando os pilares de uma experiência a tematização está não é, por exemplo passeios pela Ria, depois por serem promovidas obviamente pela a limpeza, pela beleza, por um conjunto de atributos, depois vamos ver de que forma, que tipo de barcos temos, se estão limpos, se estão asseados, se a Ria cheira bem, se não está deteriorada, tudo isso o cheiro, o olfato, a visão e demora muito tempo para responder. Se vamos estruturar a experiência temos que as criar, não é. Temos que ver os produtos e depois como é que vamos considerar cada item.	ESP8	9.
17	34:00.5 - 34:23.6	As atividades ligadas à pesca e ao mar.	ESP8	10.
18	34:23.6 - 35:43.4	É assim, por exemplo, uma vez até fiz aí um percurso sobre o Dr. João Lúcio e a sua poesia e como é que se articulava a questão do cubismo, e do centro histórico. O centro histórico tem valor está	ESP8	10.1

		associado à questão cubista em termos arquitectónicos, depois temos toda a questão ligada à pesca de certa forma também se liga à própria forma das casa e de como são estruturadas por isso acho que sim, estão no bom caminho, tem especificidades, tem identidade tem. São relevantes, sem dúvida são relevantes.		
21	37:01.6 - 37:25.8	Sim, Olhão tem potencialidades para se diferenciar, pela Ria, pelo centro histórico tem, eu acho que sim.	ESP8	11.
22	37:25.8 - 42:22.9	Eu acho que a questão deveria ser formulada de uma maneira diferente, é assim quando nós falamos de um produto turístico ele tem 3 elementos, ele tem as atrações, ou seja os elementos primários, as atividades que podemos fazer e os atributos do próprio lugar, das atrações pronto temos os elementos primários de um produto os atributos e as atividades que podemos fazer num lugar e já vimos quais são, pronto. Depois temos os elementos secundários que tem a ver então com os hotéis, com os restaurantes, e depois tem os elementos adicionais que tem a ver com as brochuras que existem para divulgar Olhão, os guias, etc, obviamente que o facto de não estar tão desenvolvida a questão da hotelaria, temos restaurantes fundamentalmente ainda muito vocacionados para os restaurantes com comida ainda muito tradicional, é obvio é porque de alguma forma é porque não estando os 3 ainda tão desenvolvidos, ou seja não estando os elementos secundários tão desenvolvidos os primários ainda estão numa fase de mínima preservação com alguma identidade. Porque se nós tivermos uma quantidade de hotéis já todos numa formatação, não sei quantos grupos hoteleiros aqui instalados, etc., já não havia a mesma forma de identidade nem de sentir Olhão, coloca-se a questão do paradoxo do turismo. Portanto, estar a perguntar exatamente como é que eu vejo um em relação ao outro, têm articulação, é por estar ainda numa fase inicial que ainda temos a Ria e as ilhas de uma forma ainda pouco explorada de uma forma intensiva. Agora de me diz como é que está os elementos primários eu acho que os elementos primários têm grande beleza e os elementos secundários pois ainda não estão, embora haja muito restaurante onde se come muito melhor do que em Vilamoura se me disserem se eu quero ir almoçar ou jantar a Olhão ou a Vilamoura sem dúvida eu sei que é em Olhão que eu vou comer melhor, não é. Portanto essas questões são complexas de dizer assim, não é porque a verdade as coisas acabam por ser distintas, não podemos dizer como é que uma coisa está em relação à outra, são coisas diferentes. Não podem ser separadas está a falar de turismo e estamos	ESP8	12.

		<p>a falar de um produto ou de uma experiência que se quer dada ela tem que estar organizada de acordo com uma experiência ou de acordo com um produto, não posso dizer de uma lado está um recurso e de outro lado está (...) como se não fosse uma relação biunívoca, é uma relação biunívoca. É como perguntar como é que está uma Ria face a um hotel são coisas de natureza diferente mas fazem parte de um todo, eu não posso querer que usufruam de uma Ria sem ter hotelaria, onde as pessoas se alojarem, onde as pessoas comerem, não é? Eu não posso falar de uma coisa sem falar da outra porque elas todas fazem parte de um composto, é por isso que se diz que o turismo é um produto compósito.</p>		
23	42:22.9 - 45:44.0	<p>Todos, obviamente que eu não vou dizer para a comunidade entrar de igual forma porque a comunidade tem um papel e o Estado ou as entidades públicas têm outro, porque eu não vou pedir a uma comunidade que não sabe nada de planeamento para fazer planos, não pode ser da mesma forma cada um participa de acordo com o papel que cada um tem, quando eu digo cada um é cada tipo de agente deve ter nesse tipo de planeamento, não é? Agora todos devem participar, o planeamento deve ser partilhado e participativo, agora não entram todos da mesma forma, não posso pedir às empresas e a grupos para fazerem um plano porque não é da competência deles e não saberiam fazer de acordo com os interesses do bem estar social e do bem estar da população, não é? Isso não poderia ser assim.</p> <p>((operacionalização)) Vamos lá, a operacionalização como é que pode ser a participação de todos? Todos podem participar também de acordo com o seu papel, porque para o operacionalizar depende do que é que se quer operacionalizar, quer operacionalizar a sinalética, é óbvio que existem as entidades competentes, por exemplo a câmara, mas depois se a comunidade andar a estragar a sinalética é mau, mas se a comunidade for receptiva e preocupada em preservar é bom. Cada um tem a sua competência, mas claro que todos devem estar sensibilizados para partilharem, mas eu não vou dizer para a comunidade ou uma associação cultural se preocupar com a sinalética porque cada um tem o seu papel na parte depois já, quando fala da operacionalização será a governança, é uma questão de governança ou de gestão, são coisas muito complexas que cada um tem que ter a sua função e essas funções do Estado e das entidades públicas são importantes ou depois de empresas municipais que têm mais flexibilidade de gestão isso depois são modelos diferentes de governança, sim.</p>	ESP8	13.

24	45:44.0 - 47:19.9	É assim, não se pode planear um turismo só, ou pelo menos não deve, cultural como se fosse qualquer coisa desfasada do outro turismo, não é. Porque depois o turismo cultural também vai beneficiar do alojamento, da restauração dos guias, etc, portanto é óbvio que também deve obedecer à forma de planeamento de turismo, geralmente temos o planeamento do turismo e dentro do planeamento do turismo temos vários segmentos, planear só um tipo um tipo de planeamento não vimos, não vimos no PENT, não vimos no Turismo 2020, não vimos na Estratégia 2027, planeiam um tipo e depois podemos particularizar um produto com muita calma, mas estar a planear só um tipo de turismo é complexo, geralmente tem que haver integração, tem que haver essa interação da integração.	ESP8	14.
25	47:19.9 - 48:45.8	Não, acho que no seu caso considerou uma multiplicidade de aspectos relevantes. Sem dúvida, aquilo que disse logo no princípio essa preocupação com a sustentabilidade, uma Ria preservada, conservada com respeito pelas capacidades de carga, um cuidado na recuperação do centro histórico acho que isso é fundamental e as pessoas também a viverem melhor com mais dignidade, sim penso que isso é o mais importante.	ESP8	15

ESPR 9

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:51.5	Acho que o turismo tem um papel muito importante para a economia dos locais onde é praticado, porque é um setor que afeta não só diretamente as pessoas que trabalham nele mas também tudo o que o rodeia. Então, acho que tem um grande potencial para ser uma boa fonte para a economia. Mas tem outro lado, como infelizmente a maior parte dos casos que nós sabemos, se não for bem estruturado as consequências podem muito piores do que os benefícios.	ESPR9	1
3	1:45.3 - 3:04.9	O papel do turismo aqui em Olhão é cada vez maior, com o surgimento do hotel Real Marina e também com a procura de casas para turismo residencial, nos últimos anos o turismo tem um papel cada vez maior aqui no concelho e acho que tem potencial para ser uma coisa positiva. Como temos outros exemplos de outros locais no Algarve como Albufeira e Portimão que cresceram demasiado rápido, tem já demasiada hotelaria e depois quando vêm estas crises e além de fechar de inverno agora dizem que os hotéis nem não vão abrir durante o verão, já temos esses exemplos. Aqui em Olhão mesmo pelo sítio, não temos a praia logo aqui, temos que atravessar para as ilhas e estamos dentro de um Parque Natural.	ESPR9	1.1
4	3:04.9 - 4:03.4	O desenvolvimento sustentável do turismo é um desenvolvimento que não põe em causa, essencialmente, os recursos, a qualidade de vida da população e para além de não pôr em causa pode trazer benefícios. O que eu quero dizer com isto é que um turismo que seja desenvolvido de forma sustentável não deve ser um fim mas um meio para a economia da região para a sustentabilidade ambiental e para manter os costumes e tradições dos locais.	ESPR9	2
5	4:03.4 - 5:48.8	Os principais desafios é que ainda não há controlo, o concelho de Olhão está muito abrangido pela Ria Formosa e não há um controlo, por exemplo a nível de embarcações que existe para passeios de barco começaram por haver 2 ou 3, e depois de repente houve um boom enorme. É muito fácil abrir as empresas e não há um controlo, não há um plano turístico para o concelho, o que pode ser perigoso. Falo dos barcos mas falo também do surgimento de muitos alojamentos locais, muitos airbnb, B&B, casas particulares para alugar de férias, novamente não há controlo, como há procura de turismo vai surgindo e chega a um certo ponto que vai descaracterizar a cidade e eu vivo mesmo aqui no centro de Olhão sinto	ESPR9	3

		<p>muito isso, praticamente não tenho vizinhos que vivam cá o ano inteiro, mais de metade das casas aqui são de estrangeiros que compraram e estão cá alguns meses, normalmente de inverno ou então são para alugar a turistas.</p>		
8	9:02.4 - 10:03.6	<p>A nível cultural um turismo sustentável pode ter resultados muito bons, porque se estruturarmos a oferta tendo em conta o que caracteriza o local, quer seja a arquitectura, as atividades aqui em Olhão é a pesca ligada a recolha do sal tradicional se isso for valorizado e as pessoas sentirem que é isso é algo que o turista procura então vão ter mais orgulho nas suas atividades e as tradições e as atividades mais antigas não se perdem.</p>	ESPR9	3.3
10	10:28.8 - 10:57.8	<p>Sim, para já sim. Não foi nenhum boom. Tem crescido de forma gradual mas se continuar com este crescimento acredito que vai tornar-se insustentável, mas no ponto em que nos encontramos atualmente acho que ainda é sustentável.</p>	ESPR9	4.
11	10:57.8 - 11:31.9	<p>Arquitectura, os mercados e Ria Formosa é o que é mais característico e a gastronomia.</p>	ESPR9	5.
14	14:08.1 - 15:20.5	<p>Têm feito esforços interessantes para divulgar o concelho, mas não consigo perceber o alcance que isso tem lá fora, acho que o Algarve continua a promover mais outros locais e não o concelho de Olhão. A nível regional falta apoio à promoção do concelho. A nível local a câmara tem feito algumas coisas, mais eventos no verão mas quando se apresenta o destino Algarve, acho que Olhão ainda não é bem divulgado.</p>	ESPR9	5.1
15	15:20.5 - 17:05.8	<p>Uma estratégia pensada a nível da sustentabilidade, ter logo regras e saber até que ponto cada setor se pode envolver de forma sustentável. Lá está para começarem a surgir muitas empresas, muito do mesmo, mais tarde isso pode ter um efeito negativo. Acho que a principal estratégia é essa o planeamento logo desde inicio, pensar bem que tipo de turistas queremos atrair e divulgar o destino pelas suas diferenciações, pela parte cultural e pela parte de observação de vida selvagem, conseguir atrair turistas durante todo o ano e não apenas durante verão e na época alta. Tentar promover junto do aeroporto podem também ser uma vantagem, é uma grande vantagem que o concelho tem.</p>	ESPR9	6.
16	17:05.8 - 17:43.7	<p>A gastronomia, temos o xarém que é só aqui de Olhão, os produtos frescos nos mercados e a parte cultural da história de Olhão.</p>	ESPR9	7.
17	17:43.7 - 18:28.1	<p>São uma parte essencial da experiência do turista porque um turista vem para o hotel e vai para a praia</p>	ESPR9	8.

		ou vai passear por conta própria não consegue absorver tanto do destino porque não tem a parte interpretativa a contextualização do que esta a ver, por isso acho que as experiências têm muita importância na experiência do visitante.		
18	18:28.1 - 20:29.4	Seria interessante os próprios alojamentos conseguirem ter já pacotes com experiências para incentivar as pessoas, porque às vezes as pessoas não sabem muito bem o que vão à procura, nem têm muito bem noção do que podem encontrar no destino, é a primeira vez que cá estão, se tiverem logo essa oportunidade, essa divulgação logo no alojamento podem descobrir coisas que não estavam à espera e ser apelativo e também nos postos de turismo. As pessoas procuram informação e inspiração nas redes sociais, os tutores de venda como o Trip Advisor e Booking, as tecnologias têm grande importância, as pessoas procuram esse tipo de informação e também é um sítio onde depois podem passar a palavra da experiência e acho que isso é muito importante, se a experiência é boa isso é a melhor forma de validação e é muito benéfico.	ESPR9	9.
19	20:29.4 - 21:48.3	Museu do Compromisso Marítimo, moinhos, noras espalhadas pelo território acho que também seria interessante, os mercados acho que são o foco central da cidade de Olhão.	ESPR9	10.
20	21:48.3 - 22:28.7	A oferta cultural é quase inexistente, pode-se desenvolver muito mais, valorizar muito mais.	ESPR9	10.1
23	24:15.4 - 25:22.5	A oferta tem que se integrar como um todo, por isso todos os componentes da oferta são igualmente importantes. O turista vai experienciar tudo e uma parte mais negativa vai influenciar negativamente a experiência e vice versa. Acho que é uma vantagem a parte ambiental e cultural, mas a nível da experiência todos os componentes são importantes.	ESPR9	11.
24	25:22.5 - 26:20.4	A oferta ainda não é suficiente para ser um ponto diferenciador. Precisava de ser mais desenvolvida, aos poucos vão surgindo mais atividades, mais empresas a desenvolverem, mas as experiências que já existem não são muito divulgadas, não são de fácil acesso por isso acho que ainda não são um fator diferenciador.	ESPR9	12.
25	26:20.4 - 28:46.2	Acho que devem todos trabalhar em conjunto, todos têm parte e todos têm que contribuir. Acho que o setor público, os órgãos governativos têm mais poder a nível do planeamento e da definição de regras e	ESPR9	13.

		<p>estratégias mas têm de chamar para a mesa todos os outros intervenientes e isso vai desde setor privado, empresas, alojamentos, pequenos negócios locais, população, associações todos têm de estar envolvidos para um desenvolvimento sustentável.</p> <p>Todos devem participar, aí se calhar as câmaras municipais e organismos de turismo têm um papel importante de fazer valer as regras, mas são todos importantes, o setor privado também, as empresas têm de saber como agir e não ser mesquinho que por exemplo lute por preços mas que prime pela qualidade, acho que os valores das empresas têm de passar por aí. As associações também para manter o património, a parte ambiental as populações também são muito afetadas pela parte do turismo.</p>		
26	28:46.2 - 29:50.9	<p>Devem participar todos de igual forma, a nível cultural a população desempenha um papel ainda maior, porque a população conhece os costumes, as tradições locais e as associações que permitem manter essas tradições e costumes. Se calhar são ainda mais importantes estes dois stakeholders, mas lá está têm de ser todos em conjunto a trabalhar para o mesmo.</p>	ESPR9	14.
28	32:30.5 - 34:58.2	<p>É importante reforçar que o mais importante de tudo é o planeamento, não é feito ou não é pensado de forma sustentável, é feito a pensar nos números. Para haver um turismo sustentável tem de ser planeado desde o início.</p> <p>Gostava que o turismo sustentável em Olhão fosse vivido ao longo de todo o ano, sem as enchentes enormes durante o verão, mas sim que ao longo de todo o ano conseguíssemos atrair turistas, para a parte cultural e de natureza, observação de fauna, que fosse um turismo regular e não com piques, porque acho que isso é o mais vantajoso para a população local mantêm os rendimentos das empresas e das pessoas durante todo o ano e gostaria também que houvesse uma oferta mais diversificada a nível cultural para contribuir para uma melhor experiência e compreensão por parte dos turistas aqui no nosso concelho e da parte ambiental uma oferta ambiental mais estruturada.</p>	ESPR9	15

ESPR 10

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:02.8	Para mim é um fator muito importante porque agora é uma dos movimentos que mais modifica que mais faz crescer envolver e faz até unir países e regiões e culturas e faz conhecer para mim é muito mesmo uma boa valia para todos para uma forma mais fácil de conhecer e de estarmos de participarmos não estamos sozinhos é mais é tudo mais global é tudo mais união também.	ESPR10	1
3	3:08.3 - 5:18.6	O turismo no concelho de Olhão, olha eu acho que Olhão tem uma grande, e não sou eu que vejo, Olhão é muito especial Olhão. Olhão assim o primeiro impacto ou se ama ou não se ama, mas Olhão é preciso conhecer Olhão é uma descoberta e então é muito especial mesmo muito especial Olhão é mesmo aquele hashtag que agora usam Olhão tem alma e é mesmo assim Olhão tem alma e tem grande potencial, eu aquilo que eu vejo é que se poderia fazer, não só como é que eu posso dizer, eu vejo aqui pronto a maneira de fazer é diferente um pouquinho do que eu conheci lá na Suíça, por exemplo lá fazem muito sobre o aspecto de deixar mais limpo, deixar mais apreciado para as pessoas aqui, de certeza por causa da parte económica pronto, vai-se só mostrando a parte mais bonita e não ver a parte mais difícil não é, e isso eu acho que é uma pena porque poderia-se melhorar muito. A grande coisa que eu acho que já falei com o Jorge Tavares sobre isso é os papéis dos cães livres, xixi ou cocó em todo o sítio nas ruas há muita gente que fala nisso entre os turistas, mesmo o cheiro forte. Então acho que se poderia fazer muito sobre isso. É claro que não querer ver já é outra coisa não é, já é mais difícil, mas eu acho que se poderia fazer muito nisso. Também não só o que é bom mas, também é mais difícil mas também se pode melhorar.	ESPR10	1.1
4	5:18.6 - 7:18.3	Um desenvolvimento sustentável olha eu vou dizer então para mim, para nós o que é nós estamos a tentar ao máximo aquilo que podemos não usar os plásticos porque vimos que embora Olhão agora tenha muito a fazer sobre a separação, ainda se vê muito a utilização de plástico no supermercado, cada coisa que nos dão, dão um saquinho, dão um limão dão um saquinho, uma maçã dão um saquinho. Nós levamos os nossos sacos, não utilizamos plástico em casa mesmo para beber ou para levar para fora temos garrafa de vidro, utilizamos o menos	ESPR10	2

		plástico possível e reutilizamos águas. Nós temos um sistema para fazer a compostagem em casa, nós não temos jardim, para não encher os sacos de lixo com coisas que podem ser boas para a terra e nós pomos nas nossas plantas depois e crescem, pronto até são pequenos passos, são pequenos passos mas fazem muita diferença. É, para mim é isso é isso mesmo. É isso mesmo eu acho que é isso mesmo que nós tentamos fazer.		
8	13:00.8 - 14:15.2	Sim. Eu acho que não porque eu acho que uma das coisas que tem de bom em Olhão é que os turistas têm vindo para aqui também e estrangeiros que vêm para aqui pronto quando amam, amam e querem ter manter a cultura e falar e conhecer e então eu acho que não, eu acho que é uma boa coisa porque eu tenho visto pessoas e não estão a cobrir a cultura de Olhão estão a apreciar mais, às vezes apreciam mais do que as pessoas daqui. E então é uma boa coisa em Olhão tem mesmo essa característica e eu acho que isso mesmo.	ESPR10	3.
10	17:17.3 - 18:06.8	Não tenho bastante conhecimento para dizer isso ainda, estou aqui há tão pouco tempo mas eu estou a ver melhorias, mas eu ainda não tenho bastante conhecimento estamos aqui mesmo à pouquíssimo tempo e tivemos sempre ocupados com a reconstrução da casa e assim, então o nosso último ano era mesmo vir aqui ver obras e contornar obras e pronto então não sei não poderei responder a essa pergunta a mim parece -me que estão a fazer muito bem.	ESPR10	4.
11	18:06.8 - 21:50.5	Então, quando penso em Olhão eu penso não em turismo de massa de Albufeira, de Portimão de um turismo amante de natureza, um turismo com alma, um turismo com mais calma com mais tempo apaixonado por autenticidade, pela cultura, a comida também pronto é isso que eu imagino eu observo isso. As nossas reservas que temos tido agora são todas por isso mesmo eu acho mesmo depende daquilo que nós lhes mostramos, da maneira como nos mostramos, nós vamos ter depois de volta a mesma característica de turistas. Não é? Então, eu tenho mostrado muito para nós a Ria Formosa, vídeos com calma e sabe que as nossas reservas estão todas de mais de 8 dias, 8 pelo menos 12, 15 dias. Mas não somos uma casa de retiro já me pediram para fazer retiros em outubro um retiro com visita ao mercado e depois à noite jantar e fotografia com um grupo de alemães mas nem todas as reservas que estamos a ter são todas de mais de 8 dias e alguns até já me pediram para aumentar. Sim, nós estamos super contentes nós antes de	ESPR10	5.

		isto acontecer já tínhamos tudo cheio em abril e maio e depois pronto aconteceu isto e nós oferecemos vouchers de dois anos e mas ainda ninguém, só um casal é que reservou em setembro mas todos os outros reservas que estamos agora a ter são todas novas e ninguém conhece Olhão. [...] Eu falo muito sobre a cultura de Olhão então hoje, por exemplo, eu fui dar um passeio de manhã cedo no Parque então eu falei das aves da emigração das aves, da zona do sapal o que era antigamente era conhecida como uma zona de húmida e muito mal cheirosa e agora pronto e a diversidade é diferente, é interessante. E pronto, então acho que a maneira como nós nos mostramos também atrai uma certa característica de turista.		
14	24:56.7 - 26:00.0	Olhe eu acho que tem contribuído para a filosofia que lhe estão a dar porque continua só na praia e nas comida, eu acho que é muita pena porque Olhão tem muito mais que isso, tem mesmo uma grande potencialidade. E então eu acho que é pena porque podia fazer muito mais que eu nunca vi fazer publicidade de Olhão sobre a região do Parque Natural aquele parque é maravilhoso tem ali tem aves que vêm que são emigrações, tem pronto outras coisas também como digo das salinas.	ESPR10	5.1
15	25:59.9 - 27:18.5	Eu acho que se devia alargar aquilo que temos mais e não só ficarmos no turismo de comida porque isso vai, o que é que vai dar? O resultado é que vamos ter só turistas de julho a setembro, se queremos aumentar isto para todo o ano e vivermos mais todo o ano, e termos mais a certeza se tivermos uma estação no verão que não funcione temos tudo mais alargado é mesmo alargar o foco não são só praias e não só restaurantes, um pouco da natureza, da cultura do sal, das da recolha do sal, oliveiras, dos lagares que aqui temos, passeios na natureza isso vai dar tudo com que vai no turista fora das estações também de verão, que é quase certo digamos assim. Então aumentamos e aumentamos durante mais tempo durante o ano.	ESPR10	6.
16	27:18.5 - 30:15.3	Tem de único tem as conservas primeiro, não é? E é isso são esses produtos que estou a dizer pronto eu acho as conservas que são podia-se fazer coisas bonitas acho que uma vez que as conserveiras já começam a fazer o Jorge disse que já começam a fazer para encomenda com etiquetas diferentes e não sei quê pronto, desenvolver assim a parte dos patês e das conservas que Olhão tem, não é? O sal, depois não sei o que é que se poderia ter. Olhão o que é que tem	ESPR10	7.

		<p>mais? Pronto coisas, claro dependente do mar tipo o peixe. Eu estou a pensar o que é que nós podemos fazer então. Fazer estes passeios enfim na Ria Formosa e ir visitar as ilhas é uma coisa que tem sítios magníficos nas ilhas na Culatra, na Armona esses passeios são únicos mesmo. Depois pronto, o que é que se pode fazer mais? Os passeios de bicicleta na ecovia que tem paisagens lindíssimas pronto, na natureza no Parque da Ria Formosa as salinas o que estou a pensar que nós oferecemos também só para me lembrar, as provas de azeite, por exemplo provas de queijo também que aqui também de vez em quando faz-se e as pessoas gostam muito disso mas não está assim muito desenvolvido e as pessoas adoram fazer provas de queijo daqui com conhecimento de quais são as cabras qual é a vida dos pastores e com o mel procuram o mel daqui que é fantástico e pronto essas provas dos produtos daqui.</p>		
17	30:15.3 - 31:53.3	<p>Eu acho que essas experiências que são únicas e que são vividas que não são blá blá blá, assim, acho que é isso porque Olhão tem isso tem alma e então fazendo essas experiências que tocam pronto as pessoas têm prazer em viver, ah uma coisa esqueci-me de dizer, por exemplo, uma coisa não muito conhecida aqui em Olhão são os viveiros das ostras na Culatra rarissimamente alguém desenvolve isso mas é uma coisa que temos aqui e eu tenho vindo a dizer aos clientes que têm inscrito((reservado)) agora em julho vem um casal holandês eles querem lá ir porque eu falei nisso e é tão especial e porque não desenvolver ? E nós estamos aqui, Tavira tem mas do outro lado do Algarve ninguém tem. E então são essas experiências únicas, não é? Autênticas e únicas. Por exemplo, podia-se organizar uma vez como é que os pescadores, não sei, na ilha da Culatra aquelas casas que eles têm que organizam que fazem as pescas as pessoas adoram isso.</p>	ESPR10	8.
18	31:53.2 - 34:02.7	<p>Eu acho que se podia organizar tem os barcos grandes para levar as pessoas agora claro com o COVID agora não sei bem, mas fazer a visita, por exemplo, e depois levar as pessoas para um restaurante onde se comam bem as ostras frescas com um vinho algarvio, as pessoas adoram isso às vezes no início já querem ir visitar e comerem as ostras frescas e com um vinho algarvio. Então, nós temos isto mas somos nós que temos de mostrar, não é? Porque se não as pessoas não podem saber. Agora estava-me a esquecer é uma fonte pronto, é uma riqueza que temos</p>	ESPR10	9.

		<p>aqui. Outra coisa é a cataplana, a cataplana é comida as pessoas adoram verem a espécie até aprender a cozinhar, nós vamos fazer aqui show cookings vamos com as pessoas ao mercado no sábado e depois com a lista das compras já, as pessoas visitam o mercado e vêm e depois à noite fazemos o jantar aqui para as pessoas verem como se faz na cataplana explicamos um pouquinho o que é a cataplana como é que é a forma da cozedura e depois terminamos com um vinho algarvio. Já fiz isso para duas pessoas elas ficaram super felizes. Por exemplo, eu tenho ali comprei o livro da cataplana algarvia eu tenho por acaso aqui vou vendo e depois posso dizer onde comprar mas tenho aqui só para pronto, as pessoas gostam de saber porque se não ver é uma coisa e não fica, dando a explicação e as pessoas sentindo as experiência é fantástico, acho eu.</p>		
19	34:02.6 - 36:01.6	<p>Eu não sei se é essa a pergunta mas a única que me lembrou é a associação Recreativa que, para mim, tem aberto assim mais ao público turista e sustentável, outra não. Onde podem, onde poderão ou onde estão a fazer agora? Na nossa casa, na Casa (...), vai ser com grande prazer mesmo super felizes nós estamos mesmo super entusiasmados e felizes de cá estar e de poder ajudar no desenvolvimento. A ser uma grande surpreendente, mas estamos cheios de entusiasmo para isso. Porque Olhão é mesmo especial quem me dera que muita gente percebesse isso e conseguisse encontrar aquela chave para não ser o normal igual a todo o Algarve porque não é. Então, perceber isso e conseguir desenvolver aquilo que temos é o poder mesmo. E não copiar os outros.</p>	ESPR10	10.
20	36:01.6 - 37:22.0	<p>Sim, eu acho que sim. Os turistas que vêm cá, que teimam a vir para cá agora eu não sei antes, mas agora começam a vir para cá procuram isso. Sim, organizar, sim se calhar fazendo mais algumas coisas culturais, mas eu também acho que têm feito mas se calhar há alguns sítios a mais. Não sei, por exemplo, os sítios fixos abertos não só fazendo espetáculos, mas não sei algum sítio vejo um sítio que tenha um local que tenha mais cultura ligado à cultura aberto assim eu lembro-me que a Recreativa é um lugar super bonito e sente-se mesmo a cultura, não é? E arte também pronto mais sítios assim que possam estar abertos ao público para porque o público acho eu que quem vem para Olhão gosta disso e aprecia isso.</p>	ESPR10	10.1
23	41:54.6 - 44:19.0	<p>Eu para mim acho importante sobre a natureza, agora neste momento. Como chegar a Olhão</p>	ESPR10	12

		<p>não acho, muito eu acho que é importante acho mas eu vi uma conversa com o presidente da Câmara e acho que estão a desenvolver esses projetos agora, as entradas de Olhão quem vem de Faro por exemplo, ou mesmo quem vem dos lados de Tavira ou de Espanha chega-se a Olhão parece que foi esquecido que se esqueceram do alcatrão. Ninguém limpa, mas pronto eu acho que eu ouvi uma conversa dizia que ia ser continuar a ser desenvolvido projeto da rotunda ali do McDonald que vão melhorar. Então, ainda bem porque mesmo ali naquela zona tem a erva alta o sujo de um lado e de outro não é o melhor bilhete de visita. Está escrito Olhão e depois o ambiente que se vê isso a primeira impressão que 70% da nossa impressão em memória que fica é a primeira o primeiro impacto e então se o impacto não é bom. Pronto já vai demorar a esquecer. Então acho que é importante usar isso já que queremos fazer é importante fazer com tudo focalizado. As praias a comida e como chegar não acho, já estão desenvolvidas bastante. É quase como que fazer uma base isso já tem não é mas alargar a base e concretizar integrar, integrar aquilo que temos a mais. Por isso a história antiga com praias e comida também felizmente vamos continuar a ter não é? Então, acho que é melhor agora integrar aquilo o que temos à roda.</p>		
24	44:18.9 - 46:21.7	<p>Olhe nós também moramos aqui há pouco tempo, então aquilo que eu tenho vindo a até agora a conhecer se calhar também eu não conheço tudo, mas eu acho que tem pouco. Até nós temos procurado nós, porque eu nunca vi esta experiência do lagar e a conhecer mesmo o azeite como se conhece o vinho, ter essa experiência para mim eu fui duas vezes foi fantástica, todas as pessoas que foram adoraram. Eu nunca tinha visto essa a percepção, esse conhecimento do azeite e com características diferentes. Fomos fazer a visita ao lagar a Monterosa não é? E foi fantástico. Estávamos lá nas oliveiras depois explicaram tudo, fizemos pronto, toda a gente saiu dali uau! Já sei tanta coisa sobre como fazer a salada e foi mesmo bom pronto, mas em nenhum sítio está escrito isso tive que ser eu a ir à procura então isso é que é pena, coisas assim que não sejam aproveitadas. Há sempre mais informação sobre as comidas, sobre os parques, sobre as festas.</p>	ESPR10	12.
25	46:21.7 - 49:54.9	<p>Sim, isso eu conheço pouco também nesse sentido, mesmo sabe aquele conhecimento de história de Olhão. Eu acho que são mais todos e não só alguns específicos ou pelo menos tem sido até agora porque então pronto não tem abertura precisa-se de novas ideias frescas, jovens,</p>	ESPR10	13.

		<p>criativas e então acho que sempre cabeças a mais, de vez em quando, ajudam a ter novas ideias. Será difícil de gerir de certeza, mas eu acho que é melhor ter mais. Sim, claro alguns mais do que outros, as associações culturais, o turismo a própria cidade claro que é importante que tenham um poder maior porque têm mais capacidade de conhecimento, não é? Mas ouvir também pronto algumas associações. E eu acho que é bom e depois pronto irão encontrar as estratégias, não é? E normas para se fazer. ((operacionalização)) A participação de todos, acho que não, porque depois é muito complicado com muitas ideias conseguir fazer, planejar de certeza como tinha dito antes da parte do turismo com algumas associações que têm assim uma abertura já boa para conseguir exprimir as ideias de turismo seria melhor.</p>		
26	49:54.8 - 52:34.6	<p>Ah! Não eu acho que não todos, o público não porque o público ((enquanto comunidade)) não é... essas pessoas de Olhão como tendo pouca escolaridade, a maior parte não digo todas, então acho que não. Sim a comunidade. Desculpe sim é isso sim.</p> <p>((A comunidade não devia de participar no planeamento cultural, é isso))</p> <p>Quer dizer algumas podiam. Não sei como explicar. Como sobre a parte digamos assim falta-me em português. A história pronto do ambiente aqui a falta de conhecimento acho que seria pessoas com conhecimento, bom conhecimento a poder fazer um plano, não é? Para depois dar a informação e então a comunidade acho que neste aspecto não para planejar não, pronto não é melhor.</p> <p>(...) Sim, sim. Associações culturais.</p> <p>((Operacionalização)) Acho que todos devem, acho que todos têm interesses, quer dizer as associações culturais, a câmara alguns empresários como nós por exemplo. Depende daquilo que se organiza, não é?</p>	ESPR10	14.
28	55:08.1 - 57:41.3	<p>Não sei. Não me vem agora à cabeça à lembrança outra coisa.</p> <p>((visão para Olhão)) Sim, sabe o que é mesmo esta coisa aqui das Olhão desta forma antiga de deixar os cães livres e além de ser algumas vezes perigoso, é mesmo esta coisa que os cães fazem xixi e cocó em todo o sítio, em todo o lugar e então essas estradas cheias de xixi e cocó acho que não é um bom papel, não é um bom bilhete de visita. Sabe, eu de manhã abro as portas e há sempre xixi e cocó em todo o sítio, anda-se na rua sempre com cuidado tem xixi e cocó em todo o sítio. Quer dizer não é mais a maneira de viver assim. As pessoas têm que ser</p>	ESPR10	15

responsáveis, não sei abrir a porta e deixar os cães irem. Isso não é por causa de ser bonito, mas é mesmo por ser mais agradável, para não ter aquela parte escura, tão escura porque é mesmo desagradável. [...]

É isso limpeza e educação. Sim, quer dizer, limpeza também mas é sobretudo mais porque eu acho eu quando limpo aqui a minha rua de vez em passa ali alguém: "ah pois é, não limpa a Câmara". Não é que não limpem, as pessoas podiam é não deitar. Já se travava isso e então é mais educação é explicar e educar. É claro que leva tempo não pode ser de hoje a amanhã, mas porque quanto mais se vai eu ali ao problema melhor é, não é? Então, eu acho que é mesmo isso porque a limpeza em segundo lugar não é, porque se não sujam não tem de se limpar assim muito. É, é mesmo isso uma questão de civismo. Por exemplo, temos vizinhos aqui de casa, a nossa casa estava abandonada por mais de 30 anos então passavam todos aqui para deixar aqui à frente fazer xixi e cocó. Tem uns moços que têm 3 cães, um deles morde, quase que mordeu uma senhora há dias. Então, abrem a porta de manhã e deixam os cães ir na rua e depois voltam para casa durante isso fazem xixi e cocó por todo o lugar de manhã e depois à noite a mesma coisa, não é? Eu tinha que o conhecer melhor para poder falar com ele e depois de falar com ele comprei, o moço não tem dinheiro, eu comprei-lhe uma coleira e comprei uns sacos e disse olha eu posso participar dar-te sacos mas por favor ajuda, é tão bom ter a rua limpa e tenta não deixares os teus cães livres e limpa quando vires, pelo menos quando vires, o que o teu cão faz. E sabe agora a maior parte das vezes tem o cão com a trela e também uma vez o moço do carro super feliz e dizer: "Já viu? eu disse: "Sim!". E assim muitas vezes quando o vejo ele a passear com o saco na mão, outras vezes não. Mas pronto é uma pessoa que nunca teve conhecimento, ele cresceu assim e então se ninguém explica ele vai continuar a fazer e agora com a simplicidade dele eu ontem eu estava a regar as plantas e ouvi os cães aqui todos a ladrarem e então o moço que mora com ele tinha aberto as portas e pronto vieram todos para a rua. E ele vinha na bicicleta e disse: "Não! Tu tens de trazer um cão pelo menos com a trela". Um a explicar ao outro só para dizer uma coisa tão pequenina o que pode gerar, não é? E aqui eu não posso, abre-se as portas e os cães vão para a rua e depois saíram todos assim abre-se a porta xixi e cocó e ladram e depois ladram a quem vem porque são territoriais, mas é normal, não é, não têm responsabilidade, as pessoas têm que ser responsáveis, não é? Então, acho que é mais a questão da educação que pode ajudar muito, muito mesmo.

	<p>Maravilha de arquitetura (Chalé João Lúcio) e nunca faz nada Vânia, olha outra coisa está a ficar abandonada podia-se recuperar aquela casa fazer um jardim, um museu levar as pessoas as pessoas iam adorar. Eu gostava de levar lá pessoas, mas o que é que eu vou mostrar? É pena, não é? Está ali um poder, aquele chalé é tão lindo a história que tem, ele que era um poeta, as coisas que ele escreveu, tem tanta coisa para fazer que se pode fazer e aquilo está esquecido. E é pena porque aquilo vai um dia, vai pronto, a casa vai ser completamente ruína, não é? E é super bonita e é muito especial muito. A Vânia já ouviu falar no chalé a fazer publicidade? Nunca, nunca se ouve nada. Eu vi em algum sítio porque eu ando a explorar e depois, eu pronto, fui lá é uma coisa que é, não, não é divulgado.</p>	
--	--	--

ESPR11

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 4:42.0	Bem, em geral economicamente, claramente tornou-se uma parte importante da matriz económica de quase todos os países, social e culturalmente acho que é fantástico. Acho que venho da perspectiva de ser uma pessoa que amou viajar durante toda a minha vida. Sempre quis viajar, sempre quis explorar novos países, novas culturas e sinto-me imensamente privilegiada por ter a oportunidade de viajar para praticamente todos os continentes do mundo e sinto-me mais rica por isso. Acho que ter uma perspectiva diferente é até filosoficamente muito importante e separa as culturas deles e nós. Somos ativamente uma aldeia global e por meio das viagens podemos apreciar isso e não demonizar o 'outro', então acho que socialmente, culturalmente é super importante e, inconscientemente, as economias ao redor do mundo não são necessariamente dependentes disso, mas faz parte do ecossistema e o desafio que todos nós enfrentamos é esse e, na verdade, existem dois desafios, mas o maior deles é que porque turismo e isso é o que eu estava falando de viagens e tu estás falando de turismo e depende da definição de turismo e de que nos últimos anos, tem havido um problema de turismo excessivo em certas partes do mundo e acho que é nisso que agora devemos realmente pensar e estou certo de que suas perguntas chegarão a esse ponto mais tarde em termos de como nós pode criar um sistema de turismo sustentável porque a população do mundo é o dobro do que era quando eu era adolescente, há duas vezes mais pessoas, se não mais, e o interesse e a capacidade das pessoas com companhias aéreas baratas, capacidade de voar é muito maior e tornou-se esperado, e Covid à parte, devo pensar razoavelmente rápido que voltará ao ponto em que estávamos em termos de pessoas que desejam viajar e, portanto, a questão agora é realmente turismo sustentável da maneira que o torna agradável para aqueles que estão viajando e tornam isso agradável e viável para as comunidades que os recebem e eu acho que a maior questão é como se protege as comunidades e os espaços que estão recebendo visitantes de fora e como se cria um equilíbrio saudável como um visitantes e comunidades receptoras.	ESPR11	1.

2	1:02.2 - 1:04.1	<p>Acho que é porque é fundamentalmente uma verdadeira cidade que trabalha durante todo o ano, com uma comunidade portuguesa, que está lá todo o ano. Isso é essencialmente o que o torna diferente dos outros lugares. Não foi construído como destino turístico. O turismo é uma parte, mas é apenas uma parte de uma matriz muito rica e variada e é um equilíbrio muito delicado e aquelas camadas são o que torna especial e único e na verdade, mesmo se fores um turista, não há nada pior do que ir a um lugar que está cheio de turistas. É miserável. O fato de ser amplamente desconhecido é o que o torna tão especial. Sentes que estás num segredo.</p>	ESPR11	7.
3	1:04.1 - 1:09.1	<p>Não tenho certeza de como responder a isso mais do que já fiz. Não tenho certeza do que queres dizer com experiência turística. Muito, muito importante, como digo, particularmente para este grupo, este mercado de que estamos a falar. Novamente, depende, tem que se trabalhar para trás em termos de quem queres. Se tens como alvo o mercado noturno das despedidas de solteiro, não acho que eles se importariam. Tudo o que eles querem é praia, piscina e cerveja a 1 euro. Eles não se importariam nem um pouco. Mas o mercado de que estou a falar, de facto, vários dos grupos que nos procuraram recentemente perguntaram sobre oportunidades de voluntariado. Então, eles querem integrar-se no programa de sua estadia connosco. A oportunidade de ser voluntário num projeto comunitário que é incrível, isso é maravilhoso. Novamente ter uma rede integrada ou estar ciente de quais os projetos poderíamos fazer isso no momento, eu tenho que fazer isso por mim mesma e nós alcançamos e pensamos sobre o que poderíamos fazer. Para que esse mercado-alvo ofereça a oportunidade de fazer algo, as pessoas adoram poder ir a uma das exposições de arte lá ou que eu organizei no passado, quando todos os jornalistas vieram se hospedar connosco em março, alguns anos atrás, organizei durante alguns dias para eles irem visitar as casas e estúdios de vários artistas da cidade e todas as lojas da cidade. Sabes que sempre tiveram horários de funcionamento muito estranhos. Então, os jornalistas adoraram. Ficaram muito constrangidos, dizendo que: "sou português, nunca tinha estado em Olhão e nunca tinha ouvido falar deste lugar. Eu sou um grande escritor de viagens e não sabia que essas coisas existiam em Olhão e você abriu-me os olhos e você foi capaz de me levar por aí", e então eles escreveram todos aqueles artigos. Eu também não pedi, não era essa a</p>	ESPR11	8.

		<p>condição. Eles simplesmente tinham um convite aberto para vir e ficar na casa e para vir e conhecer pessoas e eles estavam super inspirados. Então, mesmo essas pessoas que podem dizer que são cínicas e viram de tudo, elas adoraram a oportunidade de conhecer os artistas e de ver dentro de seus estúdios e de ver essas coisas e eu conheço pessoas que vêm e ficam na casa que adoram. Não sei se sabes na lista que coloquei o António e a Joana que têm passeios gastronómicos no Eating Algarve Food Tours, adoraram fazer passeios gastronómicos com esses eles e isso traz uma camada de experiência que não podem comprar. É muito mais do que comprar um saco de cortiça para levar para casa. É tudo uma questão de experiência.</p>		
4	1:09.1 - 1:15.1	<p>Não creio que devam ser organizados e não devam ser organizados pela Câmara, mas a Câmara deve apoiar as empresas e os artistas que procuram oferecer essas oportunidades e se houver um posto de turismo em Olhão talvez saibam e comunicar de forma que se as pessoas vão alugar casas ou ficar num Alojamento Local e estão interessadas no que está disponível, então seria bom que as pessoas soubessem. No momento todas essas coisas são comunicadas e organizadas através de redes informais, agora para mim de uma forma que é o que o torna adorável, mas se houvesse um posto de turismo em Olhão talvez pudesse ajudar ou compartilhar a oferta do que as pessoas que vão ficar em Olhão poderia aproveitar, e aproveitar isso como um recurso e o conhecimento que seria útil. Ou talvez, como dizes, a tecnologia possa ajudar. Acho que a Câmara não precisa organizar nada, acho que só precisa facilitar. Devo dizer que acho que a iniciativa da Câmara, presumo que tenha sido a Câmara, no verão passado eles tiveram os guarda-chuvas coloridos pela cidade velha e tiveram o flamingo rosa, as coisas que são "Instagram friendly" foram na verdade muito inteligentes e bonitas. Talvez o flamingo não fosse bonito, mas era divertido. Eles têm o seu lugar na mistura de coisas, os seus esforços para criar as diferentes esculturas na cidade e o percurso e, em seguida, a peça sobre a arquitetura, a caminhada. Eu sei que há outro percurso a pé dentro da cidade onde há informação sobre a arquitetura de diferentes edifícios no exterior. Devo dizer que isso é um pouco confuso até para mim. Mas essas iniciativas são realmente boas e as belas placas sobre a história de Olhão fora da Recreativa, sabes do que estou a falar? Sim, está a falar da parte antiga, onde estavam os grandes painéis, era uma exposição ao ar livre sobre Olhão sobre a história antiga. Sim, não tenho certeza se chamaria exposição, mas eles têm três grandes painéis e foi muito, muito bem</p>	ESPR11	9.

		<p>feito, porque tinhas a mistura do muito antigo, do tipo 50s, 60s e também foi realmente adorável trazer os desenhos de Joana Bragança, que obviamente é uma artista local de Olhão e trazer todos aqueles três elementos para lá, foi fantástico. Encomendar aos grafiteiros para fazer aqueles murais em preto e branco, perto do Pingo Doce, brilhante, muito, muito bom. Então, eu diria que há muitas coisas que a Câmara está a fazer muito bem que combinam herança e cultura contemporânea de uma maneira muito boa e estar vivo no Instagram e criar uma visão para as pessoas compartilharem, isso foi inteligente. Tudo isso foi inteligente e foi bem executado e foi executado de uma forma que vai ao encontro de Olhão e o que o torna único que foi realmente bem executado. Então, penso mais nisso. Incluindo os privados e a Câmara trabalhando juntas, sim.</p>		
6	9:30.0 - 12:05.1	<p>O turismo em Olhão tem de ser gerido, estou mesmo apaixonada por isto. Uma das razões, quase a principal razão pela qual me apaixonei por Olhão originalmente foi porque quando chegámos em setembro de 2013 e então Portugal estava no auge da crise financeira global, sem dúvida estava de joelhos. No entanto, quando estivemos em Olhão era muito claro que o povo de Olhão tinha orgulho e confiança de que a cidade só poderia melhorar e o que quero dizer também é que como turistas éramos bem-vindos, mas claramente não éramos necessários. Portanto, a comunidade local não dependia do turismo e eu acho que esse é um ponto muito importante, então é preciso criar um ecossistema onde o turismo seja apenas uma parte e não a parte dominante de uma cidade. Porque se se tornar a parte dominante, então o equilíbrio perde-se e as pessoas ficam muito dependentes e em crise como a Covid, bem, a Covid é um pouco diferente, mas é preciso algo onde há uma população local onde sabes que a indústria da pesca sempre foi na verdade maior coisa em Olhão e significa que lá económica, tens essa independência. Se eu comparasse isso a um casamento, eu diria que, por exemplo, temos uma filha e um filho, mas estou sempre dizendo à Deidade que precisas ser financeiramente independente, porque quando és financeiramente independente, fazes escolhas por motivos positivos, se no futuro queres casar e continuar casada porque queres, não porque sentes que tens (de continuar casada), que não tens outra escolha financeira. Está a ver o que quero dizer, é uma decisão positiva e não negativa e eu diria que é a mesma metáfora para o turismo em Olhão. Queres receber as pessoas porque podes, porque é lindo, traz uma outra dimensão, traz</p>	ESPR11	1.1

		<p>energia, traz lucro, mas não queres ficar na dependência disso porque de repente se elas vão para outro lugar, se isso aliena a população local, eles (turistas) não têm mais nada para fazer em outros momentos do ano e, de repente, o equilíbrio muda. Penso que o turismo tem um papel em Olhão, mas nunca deve ser o mais importante, o mais importante é preservar a comunidade ao longo do ano, a comunidade portuguesa que Olhão tem e que tem outras coisas no mix. Porque penso, também como já viajei pelo Algarve vejo locais como Montegordo, Praia Verde, Vila Real de Santo António, se for a esses locais ainda em Setembro ou Outubro não há um lá ninguém, é como uma cidade fantasma. Vais em julho e agosto para os lugares que têm gente demais, horrível, está totalmente superpovoado, mas aí mudas para outra época do ano e não tem ninguém, não sei se conheces as ervas daninhas? É literalmente que se vê bolas de ervas daninhas rolando pela cidade e é deprimente, é horrível, ninguém vai querer ir lá e isso porque esses lugares são totalmente dependentes e esse é o meu ponto, totalmente dependente turismo. O que adoro em Olhão é que podemos ir no Natal, janeiro, fevereiro, outubro, março em qualquer altura do ano e aí tem vida, tem gente por causa da comunidade local. Há uma cidade portuguesa de verdade, viva e trabalhadora da qual o turismo é apenas uma parte e isso é super, super importante, então, todos os desenvolvimentos, todo o planeamento da cidade, tudo precisa garantir aquele delicado, delicado equilíbrio de apoio aos portugueses para viver, trabalhar e ter uma sociedade sustentável em Olhão e independente do turismo é muito importante, porque é isso que faz Olhão. É por isso que as pessoas gostam de vir a Olhão porque é real, vida real e existem muito, muito poucos locais que ainda o têm.</p>	
7	16:02.4 - 23:24.9	<p>Achei interessante que a primeira coisa que mencionaste foi que querias falar com o gerente do Real Marina. Eu quase ri porque neste momento é o único grande hotel em Olhão e eu diria que Olhão não deveria ter mais nenhum assim. Não acho que ter outro como aquele, acho que ter outro grande empreendimento seria um erro e acho que é isso que quero dizer, então a Câmara tem um grande papel a desempenhar nisso em termos de quais empreendimentos ela dá permissão para construir e eu acho que grandes desenvolvimentos como outro Real Marina seriam um grande erro e eu sei que será impopular ou difícil porque, claro, por um lado você pensa, sim, precisamos de mais diesel, queremos ser como Portimão, é como não, não queremos. As pessoas que estão atualmente em Olhão isso quebraria o coração se alguém</p>	ESPR11 2.

quisesse fazer isso porque o que temos, como eu digo, é realmente especial, delicado, aconteceu por acaso, mas agora que estás ciente disso, precisa ser muito cuidadosamente protegido porque existe o alojamento local que é excelente porque, na verdade, estas são propriedades menores e o que é inteligente sobre elas. Se eu falar da Casa (...), há alguns anos, na verdade, foi apenas no ano passado que me pediram para vir falar num evento chamado Share Algarve e em parte porque eles queriam saber como eu promovi e como eu estava administrando a Casa (...) e por acaso o evento *Share Algarve* teve lugar no grande hotel de Vilamoura em abril e além das pessoas que estiveram no evento não havia ninguém em Vilamoura, era uma cidade fantasma. Se não estivesse lá para o evento no hotel o lugar estava vazio, os restaurantes estavam vazios, os apartamentos estavam vazios o hotel estava vazio e eu disse "sabem porquê?" Estavam 24 graus, estava um dia lindo e eu disse bem o motivo de eu não ficar na Casa (...) é que estamos cheios de facto estamos cheios desde fevereiro e todos olharam para mim e foi, como? E eu disse que estaríamos cheios do início de fevereiro ao final de novembro e nós vamos passar o Natal e eles vão, por que alguém quer vir aqui no inverno e eu sou como se não entendesse. O inverno algarvio seria considerado pleno verão no Norte da Europa e por isso em janeiro, eu acolho um evento todos os anos agora em janeiro. Fizemos isso este ano, fazia 20 graus todos os dias, o céu azul lindo todos os dias. O inverno em janeiro em Londres é escuro, cinza, chuvoso, -5, ok ou com certeza congelando então 20 graus, céu azul, sol forte, passear na praia, todos adoram, então o meu ponto é que podes, o Algarve em particular tem que parar de pensar que a temporada vai de maio a setembro, não é ou certamente não precisa ser. A época é de 365 dias do ano e isso oferece uma oportunidade fantástica, por uma série de razões, porque significa que se mudar a mentalidade em termos do alojamento local, dos hotéis, das propriedades, de tudo e de todas as actividades que o rodeiam que então realmente tem um negócio sustentável porque eu emprego a nossa equipa doméstica 12 meses por ano. Alguns meses do ano são mais calmos, alguns meses do ano são super ocupados, mas eu os emprego doze meses por ano. Não faço o que sei que todos os hotéis fazem, que é que os contratam principalmente a partir de 1 de maio e depois no final de setembro pode ir e inscrever-se no centro de emprego e obter segurança social. Isso não é sustentável e é muito ruim para o moral do pessoal, é muito ruim para o Estado. Mas se eles têm a mentalidade de que estão dizendo coletivamente, oferecendo coisas diferentes para vir durante toda a temporada, então você pode novamente espalhar as

		<p>peças, não precisam ter essa intensidade apenas para julho e agosto. Então, os moradores do alojamento, muitos de nós pensamos assim e eu sei pelas minhas discussões com os proprietários ou como Richard, se não fosse por Covid, ele casa Opala estaria esgotada, teria ficado reservada praticamente o ano inteiro, da mesma forma o João em ela já aprendeu porque temos essas conversas antes que ela deve definitivamente ser capaz para preencher de março a novembro. Mas quando cheguei pela primeira vez e quando falo com os grandes hotéis ou mesmo com a Associação de Turismo do Algarve, a mentalidade deles quando começamos era que a época ia de Maio a Setembro e posso dizer-vos que não é e nem precisa de ser.</p>		
11	35:10.8 - 37:41.2	<p>Em termos culturais, bem, acho que no momento em que se sente, volta ao mesmo é fazer com que haja equilíbrio e respeito pela cultura e património portugueses. Porque são tantos, se olharmos em termos de restaurantes, todos são propriedade de pessoas locais, famílias locais que oferecem a sua versão de especialidades portuguesas com um toque internacional. Isso é maravilhoso, é fantástico. Tens a Recreativa que está a voltar à vida, que acolhe toda a gente da comunidade e começa a ser um lugar realmente vibrante e maravilhoso onde podes mostrar o melhor do nosso Fado e de músicos e artistas locais de todo o lado. Por isso penso que a cultura é rica e vibrante em Olhão e, de novo, precisamente porque há um forte amor pelo que é português, mas também uma receptividade de todos os tipos e, mais uma vez, não está embalado como um produto turístico, está lá porque tem uma sociedade rica e variada que lá vive quase o ano todo. Muitos artistas vão embora no verão, então os meus adolescentes estão sentados aqui dizendo que querem uma discoteca, mas eu diria que é a última coisa que vocês querem permitir.</p>	ESPR11	3.
13	41:32.2 - 41:42.9	<p>Até agora sim.</p>	ESPR11	4.
14	41:42.9 - 44:03.6	<p>A autenticidade, como eu digo, é uma comunidade real, o mercado é o coração, a cidade velha tem aquela mistura única de arquitetura cubista e prédios antigos desbotados que agora estão começando a aparecer e acho que são as camadas. Portanto, não é uma única coisa. O que faz Olhão especial são as camadas daquilo que aí se pode descobrir e depois, claro, tem a extraordinária experiência de poder ir às ilhas e isso é mágico e tudo à volta. Então, mesmo que seja o barco ou o táxi aquático indo para as ilhas e</p>	ESPR11	5.

		poder caminhar 8 milhas de areias brancas sem ninguém, e não está estragado, é lindo. São as camadas e é preciso trabalhá-las, não é uma coisa comum, o que os ingleses ainda não perceberam é porque o turismo básico querem hotel, piscina, praia e isso na minha cabeça é realmente aborrecido. Não podes fazer isso em Olhão porque não há uma praia, e isso é o que tem protegido, é o facto de apenas ser apelativo para aqueles que vêm mais como um ativo, não há uma praia à porta de casa e isso é o segredo de não ter desenvolvido em demasia.		
17	55:47.0 - 59:10.0	Pois bem, não sei bem o que Olhão tem comunicado ao mundo exterior a não ser alguns desses artigos que, efetivamente ajudei a gerar. Eu não vi o que foi comunicado. Nunca vi, adoro a equipa da Associação de Turismo do Algarve, mas é evidente que têm muitos <i>stakeholders</i> para cuidar e imagino que cuidem do Algarve como um todo e de todos os seus <i>stakeholders</i> (do Algarve). Portanto, não estou consciente, nem sei se existe uma Associação de Turismo de Olhão. Existe? Não. Portanto, não tenho a certeza de que Olhão comunique de uma forma que seja óptima porque, na verdade, isso faz parte do equilíbrio e mesmo quando é falado aos jornalistas, que escreveram os artigos, concordamos em não falar de certos lugares porque dizem que se o fizermos, muitas pessoas virão, muitos outros jornalistas virão e destruirá o equilíbrio. É um equilíbrio muito ténuo. Eu acho que essa noção de boca a boca e as pessoas descobrem isso, novamente pessoas que lêem Monocle (revista) tem como alvo, as pessoas que lêem Monocle, são as pessoas que queres para visitar Olhão. A edição Monocle é o mercado-alvo porque eles estão interessados, são sensíveis à riqueza e às camadas que Olhão tem para oferecer. Esta não é uma visita a Olhão numa campanha publicitária da media convencional. Essa seria a pior coisa que se poderia fazer.	ESPR11	5.1
18	59:10.0 - 1:02:15.0	Bem, eu sinto que posso estar me repetindo. Como eu disse, acho que precisa se concentrar naquela base de clientes em particular que estás à procura. Então, é preciso pensar na base de clientes. É preciso pensar no destino durante todo o ano. Como em tudo temos que pensar sobre qual é o resultado que se deseja e, em seguida, trabalhar novamente para desenvolver a estratégia para alcançá-lo. Portanto, se desejas esse público específico e desejas oferecer uma experiência durante todo o ano, precisas pensar num plano de comunicação e em tudo o mais que pode apoiar. Tens de pensar sobre qual é o resultado que desejas e o que pode fazer para	ESPR11	6.

		<p>apoiar esse resultado. O meu resultado preferido seria este é o grupo que se quer, esse é o tipo de visitante que se quer e durante todo o ano e então é tudo o que serve para apoiar e não se trata de tentar ganhar tua parte nas noites de despedidas de solteiro que vão a Vilamoura passar um fim-de-semana e compram cervejas por 1 euro, isso destruiria Olhão numa noite. Não queres autocarros cheios vindo de Portimão para uma viagem de um dia. Gastam um pouco de dinheiro, sitiam a cidade por 5 horas e depois vão e deixam um rastro de destruição como uma praga de gafanhotos. Na verdade, queres pessoas que vêm por um mínimo de cerca de cinco dias, como eu fiz com as pessoas que tenho que ficar 5 noites. Pessoas que desejam uma experiência autêntica de vida lenta. Estão interessados no bem-estar, estão interessados na natureza, são sensíveis à cultura e às artes e à arquitetura e à fotografia e a essa experiência em camadas e que estariam lá por vários dias. Isso é o que eu sugeriria.</p>		
19	1:15:11.9 - 1:27:48.4	<p>Bem, eu acho que a Recreativa é algo que deve receber muito apoio. Eles estão a fazer coisas muito, muito boas e eu sei que eles lutam. É um exemplo clássico perfeito que é propriedade da Maria João, é dirigido por portugueses, mas eles acolhem tudo e todos da comunidade desde a capoeira ao ioga às aulas de arte às aulas de português que os residentes internacionais, têm um belo cinema ao ar livre. É realmente uma oportunidade para ter uma pulsação cultural vibrante de Olhão. Então, é claro que tens os mercados e tudo ao redor dos mercados e também, é claro, os restaurantes, então isso é enorme e o património gastronómico de Olhão é incomparável e a qualidade da comida em Olhão é fantástica. Quer dizer, eu costumava trabalhar com Jamie Oliver, então eu sei sobre comida e as pessoas que vêm e ficam connosco sabem e preocupam-se com a comida. A comida em Olhão é muito, muito boa e, mais uma vez, tem um preço acessível e é oferecida por empresas familiares e próprias, o que significa que cada local é um pouco diferente e penso que há apenas um ou dois locais onde poderá digamos que são parte de uma marca. Mas o facto é que tudo que se destina a apoiar as pequenas empresas precisa ser incentivado. Não queres importar McDonalds, não queres importar Starbucks ou cadeias de marcas. Não é isso que queremos. O que queremos é concentrar-nos no desenvolvimento e na causa dos pequenos negócios independentes e, claro, todos os anos alguns funcionarão e outros não, e isso é normal. Mas trata-se de apoiar esse espírito de pequena empresa independente. Vânia, já estiveste em Londres? Conhecês Londres? Conhecês a Marylebone High Street, que fica</p>	ESPR11	10.

logo a norte da Selfridges? Menciono isso porque Marylebone, eu estou na casa dos cinquenta agora e morei em Londres a minha vida inteira, bem, quando eu era criança, Marylebone era um lugar muito estranho e não havia muitas lojas e não era vibrante, mas a maneira como as propriedades funcionam no Reino Unido, especialmente em Londres, é realmente historicamente, certos setores de Londres pertenciam a famílias específicas. De qualquer forma, um estate(?) é proprietário da maior parte de Marylebone e eles decidiram, provavelmente nos anos 80, numa época em que outras ruas principais davam as boas-vindas a todas as marcas e as ruas principais do Reino Unido podés estar em Londres, podés estar Bath, podés estar em Edimburgo, todos elas pareciam iguais porque as marcas tinham se mudado e todas as ruas principais pareciam iguais. Tens um Starbucks, tens uma Zara, tens isto, tens aquilo. Mas em Marylebone eles disseram que não fariam isso, que iriam deliberadamente procurar a independência. Eles têm um supermercado e eu acho que essa é a única marca que eles têm em toda a estate(?) e tudo o resto, eles deliberadamente foram procurar empresas e marcas que eram independentes e não faziam parte de grandes fluxos do mesmo em toda parte e agora é uma das experiências de compras e de restaurantes mais emocionantes em Londres, porque é uma parte da cidade que é diferente de qualquer outro lugar. Mas eles fizeram isso deliberadamente e deliberadamente ajudaram e comercializaram como tal, procuraram os negócios, apoiaram-nos, deram-lhes conselhos sobre o seu espaço, organizaram feiras para atrair pessoas, foi deliberado e tem sido super, super bem sucedido. Então eu acho que essas são as coisas que eu encorajaria. É um bom exemplo.

Como tudo está acontecendo mais tarde em Olhão, eles poderiam evitar erros olhando ao redor e olhando para outros lugares e como eles fizeram e eles podem ver que não querem ser assim, mas querem ser exatamente como o lugar que referiste. Como podemos fazer isso? Queremos ser assim. É um processo que leva tempo.

Como eu disse, requer uma mentalidade que saiba o que é que nos torna especiais e como podemos aprimorar o que nos torna especiais e às vezes requer apenas um pouco de imaginação e como dizes, requer olhar para fora. Porque existe um mercado. Quer dizer, fui abordado por esta incrível empresa de RP em Nova Iorque e eles encontraram-nos no Instagram, adoraram o que estávamos a fazer, adoraram o que liam sobre Olhão e eram uma empresa de RP de nicho importante em Nova Iorque entraram em contato conosco porque eles gostaram da vibração

		<p>do que está acontecendo em Olhão e há outro lugar em que eles estavam trabalhando, acho que no México, ou pode ter sido no sul da Califórnia, acho que foi o México, que teve uma vibração muito semelhante. É o <i>flip-flop, boho</i>, arte, comida, cultura multidão e eles gostam de discrição, eles gostam de privacidade, eles gostam que as coisas funcionem, eles não querem muito polido. É feito com o <i>Wabi Sabi</i>. Sim. Então é essa multidão que tu procuras e como eu digo que se quer ajudar a criar e apoiar esse espírito independente e penso e às vezes é sobre, é sobre olhar para além do Algarve em busca de inspiração e saber como. Vou procurar o artigo que eles enviaram porque acho que pode ser interessante para ti e para a Câmara.</p>		
21	1:30:23.7 - 1:37:20.5	<p>É um equilíbrio, precisas de tudo. Olhão é um local incrivelmente bem situado a 10 minutos do aeroporto de Faro. Ninguém acredita, quando os hóspedes vêm até nós, eles adoram o fato de que eles saem do avião e que em quase 10 minutos eles estão em casa e há ótimos serviços de táxi que não são ridiculamente caros. Então eu diria que para os clientes internacionais que chegam, é tudo muito bom. Temos muitos clientes norte-americanos, mas chegar a Faro é um pouco mais complicado. Tens perguntas para visitantes portugueses e não posso responder como português. Não sei qual é a proporção de pessoas que vêm a Olhão são portuguesas versus internacionais e não sei como chegam lá, mas na verdade tenho amigos que foram primeiro a Lisboa e depois apanharam um autocarro para Olhão e disseram que era fantástico e estes são primos meus que estão na casa dos 70, noruegueses muito ricos e ficaram muito contentes por apanharem o autocarro público de Lisboa para Olhão. Eles disseram que era fantástico. Não sei quais são os serviços de transporte para Olhão, mas de momento parecem ser bastante bons. Então aí está o autocarro, aí está o comboio. Várias pessoas vieram de comboio. Obviamente, se descem em Faro, mudam. Os nossos hóspedes do norte da Europa, há muitos vôos diretos para Faro, o que é perfeito e depois todos eles apanham táxis para nós e isso é super fácil. Ou organizamos transfers para eles para até oito pessoas ao mesmo tempo e isso é realmente fácil. Existem muitas empresas de transfers excelentes e o preço é muito razoável e os nossos clientes norte-americanos, isso varia, por isso não acredito que haja vôos transatlânticos diretamente para Faro. Acho que o que geralmente acontece é que eles voam para Lisboa e vão ter alguns dias em Lisboa e depois virão até nós e isso pode ser uma variedade de comboio, autocarro, transfer, aluguer de carro. Como sabes, é fácil conduzir de Lisboa até nós, ou o que fazem é voar para Londres ou Dublin e apanhar um vôo de ligação direto para Faro. Portanto, os vôos parecem estar bem atendidos. Vi que recentemente houve alguma controvérsia sobre a TAP não mudar as suas rotas, não servir Faro, o que me parece muito parvo. Isso obviamente danificaria o Algarve, por isso garantir que haja bons vôos para Faro é a chave para</p>	ESPR11	11.

		<p>Olhão. Porque neste momento Olhão está perfeitamente situado junto a Faro e então a beleza uma das razões pelas quais as pessoas adoram vir a Olhão é que uma vez em Olhão não precisa de carro. Digo a toda a gente não alugem carro porque tudo é a pé. Pode chegar a tudo a pé e eles adoram isso e novamente faz parte desse estilo de vida lento e é parte dessa maneira de se tornar absorvido pela comunidade, porque obviamente se estiveres a fazer tudo a pé, irás ver os locais. Têm a oportunidade de dizer bom dia e boa tarde a todos enquanto caminham pela cidade e vão ao mercado buscar suas provisões. Isso funciona bem porque, na verdade, no verão, estacionar. Sim, isso é algo que a Câmara tem de pensar é nas soluções de estacionamento para pessoas. Como eu disse, encorajo a todos a não alugar um carro, não alugar um carro. Depende do que eles vão fazer e, se quiserem ir a algum lugar, digo olhe, temos ótimas empresas de transfers. Dependendo do tamanho do grupo, duas ou três carrinhas transportam até a Vila Monte, para Monterosa pelo mesmo preço, é mais fácil e barato fazer isso do que estacionar, especialmente se poucas pessoas forem e a circulação.</p>		
22	1:37:20.5 - 1:38:44.7	<p>Bem, eu acho que a mistura em Olhão, bem, eu realmente não conheço os outros lugares tão bem. Mas o que eu vejo em Olhão é a mistura e como eu disse antes acho que o fato de ser uma comunidade real, fazes parte de uma comunidade real, se é isso que escolheste fazer, isso é único e o mercado, a comida o património arquitetónico, a arquitetura cubista que é única. Os telhados, toda aquela vida nas açoteias que é definitivamente única em Olhão e muito especial. A Ria Formosa e tudo o que ela tem para oferecer, as ilhas, todo aquele conjunto que é único em Olhão.</p>	ESPR11	12.
23	1:38:44.7 - 1:41:43.2	<p>Bem, eu acho que todos deveria estar. Acho que deve haver oportunidades para que todos possam contribuir. Os portugueses devem ter voz. Acho que todas as pequenas empresas deveriam ter voz. Então, acho que é uma combinação dos setores público e privado e dos residentes e proprietários.</p> <p>Então, após o planeamento, quem deve participar quando se trata de fazer as coisas no local? Quem deve participar? Não tenho certeza que entendi o que quer dizer. Quem o lidera ou quem deve fazê-lo. Bem, novamente são todos, no sentido de que todos têm um papel a desempenhar. Obviamente, há certas coisas pelas quais a Câmara é responsável. Lamento, mas não tenho a certeza de ter compreendido a pergunta. Mais uma vez, são camadas de pessoas desempenhando diferentes elementos.</p>	ESPR11	13.

		Suponho que, de certa forma, a Câmara deveria(liderar). Eu não sei quem mais vai liderar, mas eles não deveriam necessariamente ditar se isso faz sentido. Então, novamente, eles podem apoiar. Eu acho que é mais porque eles desempenham um papel de apoio ativo e em algumas coisas e depois se certificam de que o que estás fazendo agora é que eles ouçam ativamente e procurem contribuições de uma ampla seção dos <i>stakeholders</i> .		
24	1:41:43.2 - 1:45:51.9	Novamente, suponho que depende do que defines como cultura. Para mim, a cultura é toda a mistura. Eu acho que não precisa ser centralizado. Todos contribuem para a cultura de um lugar e o fundamental é estar ciente disso e ser solidário, seja ativamente ou pacificamente no sentido de que podes estar ciente e há algumas coisas que podes fazer. Não tens que fazer tudo sozinho. Refiro-me a vocês, quero dizer a Câmara. Há algo no quadro antigo que diz que, realmente ri, que era sobre o bioco e Olhão tratado com natureza subversiva usaram mais do que qualquer outro lugar do Algarve. Olhão e a comunidade têm uma vibração, uma atitude de apenas fazer as coisas. Novamente sempre me preocupo um pouco com onde, sabes que a Câmara não tem que fazer tudo e não tem que ditar ou ser o árbitro para decidir o que deve ou não acontecer. Ele precisa estar atento, ele precisa encorajar e ele precisa apoiar e em algumas coisas obviamente, sabes, como a forma das estradas, ele tem poder sobre isso. Mas de outra forma deveria ser, é sobre fomentar essa natureza subversiva, é isso que torna Olhão interessante. Se a Câmara tentar controlar, torna-se enfadonho e torna-se municipal e isso torna-se enfadonho. Não, é sobre e haverá algumas coisas que o Câmara gosta e algumas coisas e novamente em termos de obter informações das partes interessadas, não é necessariamente sobre consenso porque, novamente, é um desperdício de um chefe e haverá algumas coisas que eu não gosto ou algumas pessoas não gostam e haverá erros que as pessoas cometem, mas essa é a natureza da criatividade. Só fica interessante se as pessoas estão extrapolando os limites e cometendo erros. Mas uma Câmara sábia sabe que é exatamente isso que torna as coisas interessantes e isso faz parte da natureza das coisas. Para ser verdadeiramente criativo, tens que ter permissão para errar e isso está ok. Isso faz sentido? Muito profundo, obrigado. Não pode ser sobre jogar pelo seguro.	ESPR11	14.
25	1:45:51.9 - 1:49:22.8	Não, eu não penso assim. Acho que provavelmente te aborreci. Acho que é sobre uma mentalidade. Acho que a coisa mais importante é a mentalidade de nutrir o que é exclusivo de	ESPR11	15

Olhão e valorizar e valorizar isso e não estou dizendo para preservá-lo em aspecto, sabes, não se trata de dizer que é essa bolha histórica não o que estou a dizer. Mas precisa ser viva e vibrante, mas é única e está reconhecendo, lembrando e reconsiderando o tempo todo o que torna Olhão único e quais são essas decisões que tomamos como Câmara, para quem estás fazendo essa pesquisa, será que vai apoiar Olhão a continuar a ser único e especial ou não e de uma forma que ora olha e ora, penso que não é ver o que mais se passa no Algarve a questão é sobre o que mais, quem mais está em uma situação semelhante ao redor do mundo? Que tipo de coisas diferentes podemos aprender de outros lugares do mundo? Esta não é uma corrida para se tornar outro Portimão ou Lagos ou qualquer coisa assim. De certa forma, esse não é o concorrente de Olhão. São esses outros lugares do mundo que atrairiam a multidão que estás procurando.

ESPR 12

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:55.0	O turismo tem um papel muito importante para dinamizar para ajudar nas economias, para alavancar a economia mas também numa vertente cultural que está sempre associada, não só a turismo de massas, a várias tipos de turismo mas que aquele mais de qualquer local um projeto turístico bem estruturado com oferta turística estruturada acima de tudo.	ESPR12	1
3	1:13.4 - 1:30.6	O papel do turismo no concelho de Olhão também como qualquer outra região ou localidade desde que seja feito bem.	ESPR12	1.1
4	1:30.6 - 4:15.1	O que considero para mim sustentável a nível de turismo acima de tudo manter a identidade dos locais, quer seja de Olhão ou de outro sítio qualquer, temos que manter a nossa identidade bem firme, parar com imitações daqui e dali porque isso já temos em n sítios do mundo que acaba por se transformar iguais a tantos outros como Quarteiras, Albufeiras e cidades que sofreram uma grande construção e perderam a sua identidade, aqui em Olhão ainda temos uma identidade muito forte, ainda temos os mercados, vir aos mercados não só os turistas mas os locais valorizar tudo isso, o património, a arquitetura, tudo isso, tratar e delinear os papéis que se podem fazer aqui à volta, acho muito importante apostarem na ecovia porque é uma tristeza não poder ir daqui à Casa ((local de trabalho)) pela ecovia temos que ir pela estrada nacional, sei que houve alguns problemas com o traçado e que não foi aprovado o trajeto que já existiu, mas é extremamente importante não só para os turistas mas para os locais eu adoraria ir de bicicleta para o meu trabalho, não vou porque tenho que ir pela estrada nacional. Acho que as coisas têm de ser pensadas do ponto de vista de melhorar os acessos, melhorar a cultura. A parte cultural em Olhão também pode ser uma coisa chave pode trazer um nicho de turismo que nos interessa, deixar de fazer animação porque é a única coisa que se faz em Olhão, traçar um cartaz cultural, trabalhar a cultura, há muito para ser feito nessa área, muitas pessoas, muitos turistas que eu recebo na Casa (...) gostam muito da Ria, da	ESPR12	2.

		natureza, gostam muito da gastronomia mas no que toca a cultura quando me perguntam o que podem fazer numa noite cultural, fico sempre bem o que é que vou dizer, vou ver o que há em Faro e acabo por mandá-los para Loulé.		
8	6:52.4 - 7:18.9	Tudo, programação, museus, ecoteca João Lúcio, mas tem que estar integrado num projeto cultural a meu ver nunca existiu em Olhão não se fez nem se faz cultura em Olhão, é uma pena.	ESPR12	3.
10	7:30.0 - 7:42.3	De certa forma acho, sim.	ESPR12	4.
11	7:42.3 - 7:58.0	O mercado, as ilhas, a cidade cubista, a gastronomia.	ESPR12	5.
14	9:19.2 - 9:52.8	Sim, têm ido à BTL e tal, eu penso que sim, só falta mesmo termos uma oferta mais integrada, mais cultural, acho que sim.	ESPR12	5.1
15	9:52.8 - 10:10.6	São as que eu disse parte cultural, acessos, ecovia, acima de tudo.	ESPR12	6.
16	10:10.6 - 10:35.3	A arquitetura, o mercado, a Ria, a natureza as atividades ligadas à natureza, apesar de haver sítios parecidos nenhum é igual.	ESPR12	7.
17	10:35.3 - 11:42.9	Importante para o concelho se forem salvaguardadas as identidades de Olhão as coisas que realmente são marcos como o mercado. Se calhar se o mercado não fosse tão apreciado a nível de estrangeiros, a nível de turistas se calhar já tinham partido com a ideia de fazer ali um centro cultural e passar o mercado para noutro sítio como já se falou várias vezes neste tipo de coisas ou de transformar os bairros noutra coisa qualquer híbrida, mas não eu acho que se está a ter algum cuidado com o urbanismo nessa zona, apesar de serem muito estrangeiros, se calhar até é bom que sejam estrangeiros têm outra sensibilidade diferente de nós, nem todos, mas sim.	ESPR12	8.
18	11:42.9 - 12:39.8	Acho que têm de estar integradas, tem que haver uma integração, não basta fazer uma App e pôr lá 2 ou 3 coisas ou os hotéis, têm que estar integradas, temos que saber em que dias é que podemos fazer um food tour em Olhão, chegar ao posto de turismo e ter um folheto com traçado da Rota das Lendas que não existe, já existiu mas deixou de existir, as coisas têm de	ESPR12	9.

		estar acessíveis, têm de estar integradas para termos uma melhor oferta e para resultar.		
19	12:39.8 - 13:41.7	Nós temos toda a baixa da cidade, acaba por ser um recurso cultural pode ser feito cultura na rua, nós estamos num país da Europa é possível ter cultura em qualquer canto, temos equipamentos, temos auditório, temos um museu, temos uma série de espaços, temos os antigos armazéns das conserveiras que podem ser transformados para fazer projetos culturais, temos tanta coisa que se pode fazer é preciso é fazer, integrar e fazer bem feito para as pessoas virem cá gostarem da experiência, voltarem e recomendarem.	ESPR12	10.
20	13:41.7 - 14:44.4	Eu acho que isto está tudo ligado. Acho que pode ser melhorada, sempre. Pode ser melhorado durante todo o ano, focando também no inverno é muito importante combatermos um bocadinho a sazonalidade que apesar de ser mais ténue eu acho que estamos a melhorar nesse sentido mas acho que ainda há muito mais a fazer, acho que podemos captar muito mais mercado no inverno do que os outros sítios, temos as migrações das aves aqui no Parque são mais interessantes no inverno do que no verão, por exemplo, acho que pode ser chave esses fatores. Acho que não devem ser criados eventos grandes que atraíssem muita gente, acho que devem ser feitas, nesse projeto cultural, deve ser extremamente bem feito com pequenas apresentações, não me parece que um evento ou um festival maior que o Festival do Marisco também é importante, mas não é por aí o caminho.	ESPR12	10.1
23	16:17.4 - 17:36.3	Também é importante, o alojamento, já temos algumas coisas interessantes aqui na cidade de Olhão mesmo a nível de alojamento local temos coisas bastante interessantes, é preciso fazer as coisas bem feitas, continuar a fazer as coisas bem feitas. São tão importantes como a outra parte, tem que haver equilíbrio entre isto tudo para a experiência ser o mais positiva possível.	ESPR12	11.
24	17:36.3 - 17:53.0	Acho que não, acho que temos muito para trabalhar sobre isso.	ESPR12	12.
25	17:53.0 - 19:59.8	Acho que sim as associações devem estar ligadas, setor público. Não sei responder a essa pergunta. (...) Acho que sim, acho que devem todos participar ou pelo menos ser consultados, ser ouvidos. É um tema que não estou bem por dentro. Acho que associações, o público sim, acho que devem ser consultadas agora como é que isso deve ser feito pois isso já não sei dizer.	ESPR12	13.

26	20:01.2 - 20:27.8	Eu acho que também devem todos participar. Não lhe sei responder a essas questões.	ESPR12	14.
28	23:46.7 - 24:29.0	Não, que lembre não. Eu referi algumas, a Vânia referiu outras que considere igualmente importantes acho que falámos de tudo. Eu gostava que esses pontos que falámos surgissem, fossem bem feitos porque a coisa iria correr bem eu acho. Não me lembro de mais nada que não tenhamos falado e que possa ser importante, para já.	ESPR12	15

ESPR 13

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:57.5	Oito anos atrás parámos e depois descobrimos o centro e apaixonámo-nos porque era tão original, se comparar com Albufeira e Tavira, essas cidades têm muitos prédios e isso é algo que o turista não quer, quer algo autêntico, quer uma casa privada ou algo especial e é isso que Olhão oferece ao turista, algo especial, não é uma cidade turística com bares e discotecas, não é assim.	ESPR13	1.
3	1:32.6 - 2:13.4	Vejo a diferença de promover Olhão no turismo vemos que gostam de promover Olhão mais como uma cidade de natureza onde tudo é autêntico, os mercados, as ilhas, as caminhadas na Ria Formosa, as caminhadas na natureza.	ESPR13	1.1
4	2:13.4 - 2:56.6	Turismo em pequena escala, não turismo de massas, não queremos para Olhão prédios, não queremos autocarros cheios como em Lisboa com turistas, tem de ser pequeno, pequenas casas amigas do ambiente, para que não fique uma grande pegada ecológica da indústria do turismo, tem que ser autêntico.	ESPR13	2.
8	8:35.0 - 10:19.7	Acho que Olhão para uma pequena vila ou cidade, temos é incrível o que já tem e pode ser ainda mais cultural, é problema é que o que existe em termos culturais não está disponível para os turistas, se fosse mais divulgado teria mais interesse no que acontece e iria atrair mais coisas culturais, ficando maior e maior. Mais uma vez não percebemos como é que a Câmara promove, a posição da Câmara é muito vaga. Há muitos estrangeiros que vivem em Olhão e têm muitos conhecimentos e isso podia ser utilizado pela Câmara para promover Olhão e eles não fazem isso porque temos muitos artistas, pessoas criativas e têm o conhecimento que está disponível para a Câmara utilizar de forma gratuita e eles não o fazem.	ESPR13	3.
10	12:44.8 - 14:16.0	Eu não sei, eu realmente não sei se tem sido de forma sustentável. A única forma de ser	ESPR13	4.

		sustentável se todos trabalham juntos. Agora tens alguém que encontra uma casa, renova e aluga, não há nada em que as pessoas estejam a trabalhar juntas com a Câmara. No ano passado, no mercado do peixe havia uma ação dos pescadores para preservação dos cavalos marinhos na Ria Formosa, eu estava sentado no lado de fora e a ver o que estava a acontecer e tive alguma dificuldade em obter informação sobre o que estava a acontecer. Isto tem de ser promovido internacionalmente para o turista, enviar informações sobre isto para nós promovermos mais além, não no próprio dia. Para sustentabilidade só pode funcionar se todas as partes trabalharem juntas e isso não acontece.		
11	14:16.0 - 15:48.7	Fantástico. O que nós adoramos Olhão, quer esteja degradado, negligenciado ou desenvolvido nós adoramos cada pedra. Mas Olhão tem uma atmosfera única, cada vez que mostramos um vídeo de Olhão a pessoas que conhecemos adoram. Olhão é mágico e único. Adoro as casas de Olhão, adoro a Ria Formosa, adoro as ilhas, Olhão não é apenas uma coisa mas uma combinação de diferentes aspectos, o cubismo, tudo, mas cada vez descobrimos algo novo, adoramos as pessoas, são prestáveis, amigáveis, adoramos Olhão.	ESPR13	5.
14	17:23.3 - 18:46.6	Tem mesmo sido promovido? A forma como pode ser promovido pode ser muito, muito melhor. Podíamos também ser envolvidos com a Câmara e divulgar este sítio no mundo. A promoção é muito má. Há muitas formas de ser promover, Olhão é tão único e tanto por descobrir todos os que vêm a Olhão dizem que Olhão é o que é o Ibiza era há 30 anos atrás, antes das festas começarem, este é o mesmo sentimento que têm por Olhão agora, para relaxamento, e isso diz muito.	ESPR13	5.1
15	18:46.6 - 19:25.4	Como destino turístico deve ser o cubismo a arquitetura de Olhão é a coisa mais importante, a segunda coisa é a Ria Formosa e depois disso temos as ilhas Culatra, Armona e Farol. Não estar focado no turismo de massas deve estar focado em descubra-se a si próprio. Na nossa propriedade e nas que estamos a desenvolver, assim que tivermos a licença da Câmara, não temos televisão, temos Wi Fi internet mas não televisão, o motivo é que queremos forçar as pessoas a sentar-se à volta da mesa e focar-se a ler livros e as pessoas depois agradecem por não ter uma televisão na casa. É isso que as férias são redescobrir-se a si próprio, ligar-se à sua família. Temos Wi Fi mas não temos televisão.	ESPR13	6.

16	20:21.5 - 22:23.0	Ok, os passeios pela arquitetura são bons, há tuck tuck tours e alguns passeios por Olhão que são mesmo bons, mas as pessoas não conhecem, observação de aves, o santuário das aves, demoramos alguns anos até encontrar onde se situava o santuário. As praias são ilhas únicas em frente a Olhão, a praia em frente a Faro não é o mesmo, Barril não é o mesmo que a Culatra ou o Farol, são alguns pontos fulcrais. Os mercados, o mercado aos sábados, mercado dos agricultores. Nós dizemos para as pessoas comprarem local e elas fazem. Pode também promover os restaurante de Olhão pela Câmara, temos uma grande variedade de restaurantes que é única.	ESPR13	7.
17	22:23.0 - 22:28.3	Acho que 7 ou 8 pessoas que ficaram na nossa casa 4 delas no segundo ou terceiro dia que estavam em Olhão foram a imobiliárias para comprar casas, as outras voltaram 3 meses depois para comprar casa. As pessoas gostam de Olhão por ser único e querem envolver-se com Olhão. E comprar uma propriedade depois de 2 ou 3 dias quer dizer que se querem envolver.	ESPR13	8.
18	23:20.4 - 24:23.4	Talvez a Câmara juntamente com alguns proprietários podiam ver o que é necessário promover especificamente atividades, formação para jovens e pessoas mais velhas para serem guias em Olhão, guias da cidade, a história de Olhão. Olhão tem uma história tão rica, da revolução com os franceses, os piratas, todas as coisas que aconteceram em Olhão, as pessoas não sabem, isso podia ser contado por pessoas locais aos turistas.	ESPR13	9.
19	24:23.4 - 26:57.2	Os recursos culturais da Câmara são as pessoas locais, olhanenses, têm o conhecimento de Olhão, pode também ser as visitas guiadas, algumas palavras como "a sério" as pessoas iriam gostar de ouvir e saber como usar. A cultura para as pessoas estrangeiras que vêm para morar que têm muita experiência, muitos estrangeiros que moram (em Olhão) trabalharam em grandes corporações internacionalmente, foram CEOS têm muita experiência e podiam ajudar a promover Olhão se a Câmara quiser trabalhar connosco. Não estão nada interessados. Não é possível falar com eles, não temos respostas, não estão interessados. Nós pensamos que é muito importante que Olhão se desenvolva de forma sustentável é bom para as pessoas locais e para os turistas porque se formos a alguns sítios como Tavira no inverno está morta, Albufeira está	ESPR13	10.

		morta, Olhão não! 12 meses por ano Olhão é vibrante está viva, porque há muitas pessoas locais a viver e a trabalhar lá, isso é tão importante e o segredo é as pessoas a trabalhar juntas.		
20	26:57.2 - 28:20.3	O que está disponível em Olhão é muito importante mas não é usado pela Câmara para o turismo, isso é o que devia mudar, tem tantas possibilidades. Comparando com Loulé, Olhão começou com as 6 estátuas das lendas do folclore de Olhão, Loulé tem diferentes passeios, diferentes entradas, tantas coisas culturais disponíveis, a Câmara de Loulé é muito ativa e Olhão devia de aprender com Loulé de como deve ser feito.	ESPR13	10.1
23	30:25.0 - 38:35.6	Acho que os recursos naturais e culturais, são mais importantes. Muitas pessoas arranjam carro, usam os táxis, os comboios não são regulares o suficiente e o autocarro do aeroporto até Olhão não é claro como funciona. Os transportes podem ser melhorados como funcionam e estarem mais visíveis. Criar um <i>shuttle bus</i> do aeroporto para Olhão acho que não vale a pena, é um desperdício de dinheiro. A Câmara não, pode investir em alojamento pode é tornar mais claro como investir e renovar as casas, há muitos portugueses e estrangeiros que estão a investir em bons alojamentos em Olhão, criar mais alojamento quer dizer ser mais flexível com as licenças e com o que acontece, mas não estou a ver a Câmara de Olhão a fazer alterações. Acho que só a natureza e a cultura que a Câmara pode ser usada devidamente, no alojamento não estou a ver a promoção da Câmara. Acho que é importante um mix de tudo, não podemos dizer que isto é importante e aquilo não, deve ser um mix equilibrado de tudo e quando tivermos um equilíbrio de tudo, tudo vai funcionar em conjunto e vão-se seguir uns aos outros. O transporte não acho que seja importante, é desperdício de dinheiro para algo que muitas pessoas não usam e esse dinheiro pode ser usado para prover algo ou criar outras coisas. Natureza, cultura e alojamento deve ter importância igual.	ESPR13	11.
24	35:00.5 - 36:06.2	Sim, tal como já disse antes, as experiências culturais e naturais tem tanto para oferecer a recreativa, o auditório, festivais de música em Olhão tem muito para oferecer, a natureza e tudo mais. Se olharmos para o Festival de Luz em Silves e coisas assim, Olhão pode ser mais ativo a Câmara a criar estas coisas com os locais e com o turismo.	ESPR13	12
25	36:06.2 - 55:28.5	Basicamente o problema é se estiver muito disponível para o público pode ter um movimento	ESPR13	13

popular que destrói muitas coisas, deve ter comitês suficientes para desenvolver, pessoas como nós, restaurantes, alguns locais, mas muito equilíbrio entre os grupos de pessoas, locais com muito conhecimento, não com pessoas que querem parar tudo pessoas que podem ajudar a encontrar alternativas. Se estiverem todos no público envolvidos vão criar populismo, e com populismo nada acontece.

As pessoas que têm propriedades para o turismo, como os restaurantes são importantes, as pessoas com os aqua táxis são importantes para envolver no desenvolvimento, pessoas com ecotours devem estar envolvidas, pessoas do setor cultural devem ser envolvidas como a Recreativa, ou o teatro em Olhão são pessoas que devem ser envolvidas no turismo sustentável. Também pode começar um grupo de pessoas locais que vivem lá e vêm a importância disso e de desenvolver.

((Operacionalização)) a Câmara deve juntar as pessoas que têm propriedades, restaurantes. A primeira coisa a fazer numa situação assim é juntar um grupo de pessoas, juntas e fazer uma sessão de chuva de ideias, com diferentes ideias os passeios culturais, passeios pela arquitectura, a Ria Formosa, mais informação, CEO's, preservação, juntar os tópicos todos primeiro e depois tem algumas pessoas que já estão envolvidas em geral, não comprometidas. É muito importante repartir o processo em estágios diferentes, primeiro de tudo tópicos gerais que as pessoas acham importante para sustentabilidade, é muito geral só para ter várias ideias das pessoas, depois de ter as várias ideias, de algumas pessoas que estão envolvidas deve perguntar se estão interessadas em pertencer ao comité para ver como podemos desenvolver todo este processo em direção à Câmara e pontos fulcrais. Depois tens um grupo de pessoas que vão estar no comité, se for muito grande e aberto não vai ser possível atingir nada, tal como te disse ontem à noite, muito cuidado com populismo, é o que está a acontecer na América com Trump, não trás nada de bom porque as pessoas estão sempre a lutar, tens que limitar e ter alguém no comité que possa orientar, o presidente do comité é muito importante, pode ser alguém até rude não é um problema, porque às vezes vai ter de dizer a algumas pessoas não, porque alguém está a falar, ou não, porque não é a altura certa para esse tópico agora. Por isso é muito importante as diferentes fases do planeamento muitas coisas que vão ser discutidas no fórum ou comité não vão ser populares junto de todas as pessoas, mas tens que explicar que estás a planear não para este ano ou no próximo ano mas coisas que podemos desenvolver nos próximos 10/15 anos e

que a comunidade local e os empresários podem continuar a desenvolver com a Câmara, por exemplo criminalidade, Olhão era bastante seguro, no último ano e meio algumas coisas começaram a acontecer em Olhão, alguns turistas foram assaltados, eu estava sentado na rua e também vi pessoas idosas portuguesas assaltadas na mesma noite, foram à polícia e eles não aceitaram a minha queixa e não quiseram ir ver as pessoas idosas que foram assaltadas, é frustrante e é muito importante para o turismo que possamos trabalhar em conjunto com a Câmara e com a polícia. Aqui na Holanda, em Amsterdão eu estava num comité semelhante numa municipalidade onde vivíamos 25 anos atrás, tínhamos uma comunidade envelhecida e sem controle social por isso o crime aumentou muito na vizinhança. Quando mudei para lá 12 anos atrás formou um comité com a Câmara e começamos a discutir estes problemas e envolvemos a comunidade e a taxa de criminalidade caiu drasticamente. Criamos um grupo no *Whatsapp* para a vizinhança para 2 ou 3 ruas e outro grupo diferente para as 2 ou 3 ruas seguintes, se algo acontecesse as pessoas punham no grupo de WhatsApp alguém está a tentar entrar nesta casa e alguém ia lá perguntar o que estavam a fazer e as pessoas fugiam, por causa disso conseguimos envolvimento, conseguimos envolvimento do contentores colocados nas ruas, a forma como a polícia patrulha a vizinhança, não só esperar que a Câmara limpe as ruas mas nós também limpamos. É importante criar uma rede e ter as várias estruturas envolvidas, como a Câmara, envolver a Câmara, é importante estar envolvida e comprometida, no final a Câmara pode financiar pequenas coisas, têm que ouvir as pessoas. Em Olhão muitas pessoas portuguesas que vivem lá reclamam dos contentores do lixo, não debaixo do chão mas acima do chão, que atrai muitos ratos, gatos de rua e há sujidade. Na Praça de São João tem contentores debaixo do chão, cria logo a sensação que não está negligenciado e é bom para o turismo. Acho que é muito importante a ligação entre os locais e os estrangeiros a investir em propriedades. Os investimentos não são só financeiros mas também emocionais quando compraram uma propriedade, cria melhor sensação de comunidade eu também reparei que há algumas pessoas mais velhas não gostam do turismo em Olhão, é como se o turismo lhes levasse tudo e pensam que são melhores que nós((locais)), não, não é verdade. Quando cheguei lá havia muitas propriedades negligenciadas, e desde que comprámos e restaurámos há mais atração pelas pessoas locais de Olhão. O lado negativo disto é que as pessoas jovens de Olhão já não conseguem pagar uma casa em Olhão o que eu acho que é muito triste, desta forma gostaria de

		<p>ter a Câmara envolvida de como ter mais habitação social desenvolvidas com boa qualidade para pessoas locais. Há financiamento da Europa para criar habitação social e a Câmara devia usar isso para ver como criar mais habitação social. É muito vasto, mas como uma rede pode estar interconectada. O turismo pode criar (...) para jovens, há como (...) a sustentabilidade do turismo também como resolver isso, quem beneficia disso. É uma comunidade e não são 100 pessoas, são todos! Continuo a dizer que a Câmara tem de perceber que tem uma comunidade e tem de perceber que tem uma comunidade com muitos ativos valiosos, disse ontem à noite há muitos estrangeiros que vivem lá com conhecimento, e estou a dizer essas pessoas deveriam ser envolvidas com a Câmara assim, Olhão é muito rico por causa desse conhecimento que está lá e deviam trabalhar juntos.</p> <p>A Câmara deveria envolver as pessoas para falar sobre ideias a desenvolver em Olhão, promover coisas turísticas mas não devia ser a Câmara a dizer vamos fazer isto e isto, porque acabas com uma situação que investiu dinheiro que é um desperdício, tal como disse ontem à noite um <i>shuttle bus</i> de Faro, do aeroporto para Olhão seria um desperdício de algumas centenas de milhares dinheiro depois de alguns anos dissolve-se e esse dinheiro podia ser melhor usado.</p>		
26	55:28.5 - 57:03.5	<p>Em geral, a cultura faz parte da coisa geral. A cultura como o festival de cinema, a música de Olhão não é inclusiva o suficiente, como o festival de cinema é algo para elites, enquanto que devia ser para o público geral, para quem vive em Olhão e turistas. É algo que não vejo, não é inclusivo, a Câmara de Olhão tem de entender que há muitos estrangeiros que vieram morar para Olhão e que devem ser incluídas na comunidade das pessoas locais que cresceram em Olhão e com estas pessoas que chegaram agora a Olhão.</p> <p>O turismo com base nos recursos naturais como explorar e promover o mais importante grupo de pessoas são os proprietários que alugam espaços, casas, propriedades devem ser envolvidos porque eles recebem os turistas, se eles estiverem envolvidos podem promover o conceito todo de ecoturismo, turismo natural, podem promover nos seus websites o que iria poupar à Câmara muito dinheiro e criar uma ampla base de publicidade. Também no inverno os resultados da promoção se fizeres campanhas para divulgar algo tens de conseguir medir os resultados depois de 2 anos, 4 anos mas se fizeres com os stakeholders como dizes podes medir logo ao fim de 3 meses, podes verificar os resultados muito mais rápido.</p>	ESPR13	14.

27	58:57.9 - 1:03:26.0	<p>O mais importante: as pessoas têm de perceber sobre Olhão é, que não é só uma cidade com base no turismo é uma cidade vibrante, funcional com um coração a bater, e a Câmara tem de perceber isso, os locais têm de perceber isso, os turistas têm de perceber e se reconhecerem esse aspecto todas as outras coisas vão seguir automaticamente, o cubismo vai seguir, as ruas, e ruelas vão seguir, a Ria Formosa vai seguir, as ilhas vão seguir. É importante que as pessoas percebam, um dia conheci alguém que disse-me não é tanto sobre Portugal, fomos a Albufeira e os campos de golfe e <i>resorts</i> (...) sente falta das ruelas, das casas pequenas interessantes, mostrei-lhes o site e essa pessoa não sabia que isso existia no Algarve. Muitas pessoas não sabem, Olhão está escondido, os estrangeiros não sabem sobre Olhão, tem um coração vibrante, 12 meses no ano está ativo. Em dezembro há pessoas nas ruas, é incrível o Natal em Olhão. O meu sonho para Olhão é que permaneça como está sem prédios, grandes desenvolvimentos, que seja possível para pessoas locais que nasceram em Olhão continuem a viver lá, e talvez com alguma ajuda da Câmara ou de subsídios europeus possam restaurar as casas para que possam continuem a morar lá. Isso é algo que tem de ser visto para o futuro como é que estas pessoas podem permanecer em Olhão, ter ajuda para desenvolver as propriedades ou se alguém tem propriedades maiores que seja ajudado a desenvolver algo para o turismo e alugar 1 ou 2 quartos, mas desenvolvido de forma a que possam fazer algum dinheiro e não só por dinheiro, ou alugar por preços muito baixos que não tiram lucro nenhum. É o meu sonho que Olhão se mantenha como está, sem grandes prédios, que as pessoas locais sejam envolvidas e que possam restaurar as suas casas e continuem a viver lá.</p>	ESPR13	15
----	---------------------	--	--------	----

ESPR 14

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 3:24.2	O turismo é uma fonte económica para qualquer país, tem o seu lado negativo como todas as coisas, é evidente, os transportes envolvidos, toda a máquina faz deslocar pessoas do lugar A para o lugar B, toda essa máquina necessita de ser revista em função dos novos desafios ecológicos que se apresentam cada vez mais. Os problemas do aquecimento global, as férias de avião, a poluição aérea e tal. É só a máquina que envolve todo esse movimento de massas, e depois a assistência, servir comida a essa gente, alojamento e tudo mais são coisas que implicam um estrutura que não é de todo ecológico, mas não é só no turismo, é preciso que se veja, existe um problema contemporâneo, sem ser o turismo que outras economias é que podemos ter, mesmo na indústria conserveira existem sempre a movimentação de pessoas de um lado para o outro. O turismo é realmente o fator mais forte eu não direi negativo, mas é negativo chamemos-lhe assim, nos nosso dias é a máquina que estrutura o turismo mas economicamente é muito importante para o país. É muito importante para quê? Porque é o direto e indireto que está relacionado com o turismo que faz funcionar toda uma máquina económica de peso, os transportes, as companhias de aviação, às vezes pode não ser a companhia do país que estão a explorar a coisa, pode ser de outro país qualquer, mas o que é um facto é que faz movimentar um monte gente, as pessoas que trabalham nos transportes, as pessoas que trabalham no turismo, no setor da alimentação, no setor hoteleiro, providenciar atividades para as pessoas, tudo, tudo que esteja envolvido com o bem estar quando a gente viaja.	ESPR14	1.
3	14:55.6 - 44:55.3	O papel do turismo para Olhão devia ser também esse, quer dizer é preservar e dar valor à autenticidade e não vir para cá com coisas importadas, temos um jardim importado, feito por uma arquiteta, uma colega, não é minha colega mas pronto é colega de cursos, ela é do curso de paisagismo eu sou de arquitetura. Fez um projeto para um jardim que tê-lo feito aqui, em Bragança, em Copenhaga ou em Estocolmo é exatamente a mesma coisa, quer dizer a gente olha para o jardim como olha para uma coisa qualquer, não está referenciado, ela não soube referenciar, não teve a capacidade nem a inteligência, desculpem dizer isto, de fazer um jardim referenciado a Olhão. Portanto, o que estão a fazer aqui é apenas uma obra de “coiffure”	ESPR14	1.1

bastava fazerem uma coisa que é das coisas mais terríveis que se passa neste país em todo lado que é manutenção. Eu tenho uma casa, isto é o que eu chamo casa de porta de alumínio, tenho uma casa com uma porta maravilhosa antiga, mas tenho que a pintar de 5 em 5 anos ou de 4 em 4 anos, oh que chatice! pintar uma porta de 4 em 4 anos, olha vou pôr uma porta de alumínio lacada a branco que fica muito melhor, então a porta original, maravilhosa autêntica que custa centenas de euros que eu tenho visto aí portas que são obras primas baseadas nas proporções gregas e romanas porque tem a base, o fuste e o capitel está tudo lá desenhado na porta e as pessoas mandam tirar uma porta dessas porque aquilo dá muito trabalho a pintar e depois metem uma porta em alumínio que dá para o resto da vida, e aquilo que era já não é. E os olhos, psicologicamente quando olhamos para uma coisa podemos não estar a analisar a coisa mas temos logo uma resposta sensorial sobre um objeto que a gente vê. Se vemos uma casa com uma porta de alumínio aqui mora gente pobre ou não há uma paixão por aquilo. Agora, tu olhas para uma porta antiga mesmo que esteja em mau estado mas aparenta, vê fotografias dos fotógrafos que procuram ser um pouco artísticos aí a gente aprende muito sobre turismo. Vais ali ao quiosque o que vê nas fotografias de postais ilustrados, por exemplo? Vês barcos antigos, se calhar uma paisagens das ilhas barreira, não vê fotografias do hotel, dessas coisas não vê, não vê fotografias de zonas modernas, não vê nada de fotografias modernas, bem uma vez vi uma fotografia da passagem do caminho de ferro lá em cima que achei extraordinário, então há alguém que goste disto! E mesmo a coisa moderna tudo tem que ter o seu espaço, eu não posso destruir uma coisa antiga para construir uma moderna, não faz sentido. A consciencialização de uma determinada área passa por planos de pormenor e por alguma informação e educação das pessoas: Meus caros amigos isto é uma zona histórica e como tal para isto ser apetecível temos que retirar os elementos que não fazem parte dessa coisa, vamos dar uma ajuda financeira ou não. Para já acabou não se pode pôr mais ares condicionados aqui, têm que estar escondidos. Aquilo não ponham assim tem de ser assado. Vou-te dar um exemplo se calhar estou a ir muito a frente e não responder diretamente à pergunta. O turismo é igual para todo o país, o sistema de turismo é igual e os erros são iguais em todo mundo.é evidente que é possível, mas não é isso que vai acontecer, as pessoas ainda não perceberam em termos económicos qual e a rentabilidade do turismo, toda a gente pode explorar bares, cafés, restaurantes seja o que for vamos falar do turismo, toda a gente pode explorar o turismo mas há uns que exploram melhor

do que outros, porquê? Porque há uns que percebem o que é o turismo e outros que não percebem o que é o turismo. É como os restaurantes é mesma coisa alguns percebem o que é, vais ali ao 7 estrelas e aquilo tem um aspecto formidável, chegas lá, venho aqui para almoçar, a gente aqui não serve almoços, só tenho petiscos se quiser petiscar, é pá barill! pronto, vamos petiscar. Comes ali meia dúzia de coisas e pagas 5€ bebeste cerveja e não sei quê, vais contente, é um sítio daqui, vão pescadores, pelo menos aquele já tem um bocadinho de aspecto local e é isso que a pessoa procura porque, continuo a dizer, se eu for a um outro país qualquer eu vou à procura das coisas autênticas, lembro-me no Japão de comer num quiosquezinho onde estavam a fazer comida, a princípio vamos com um bocado de medo, será que vou morrer aqui, mas depois aquilo é extraordinário. São experiências que nunca mais esqueces e é isso que é o verdadeiro turismo, estás a ver, não tem necessariamente que ser tudo ali preparadinho para a pessoa ver, tem que ser uma coisas naturais, faz parte da naturalidade das pessoas, pessoas que fazem grelhados na rua só aqui é que vê e eu acho espetacular, pessoas que falam alto só aqui é que vê, é uma coisa espetacular, a malta ali em frente ao barbeiro eu acho isto altamente pitoresco. Infelizmente, eu estou aqui há 15, muitas destas situações têm vindo a perder porque são empurrados pela pressão do próprio turismo. Olhão é um caso particular porque aquilo que fez desenvolver a zona histórica de Olhão foi o investimento estrangeiro e ponto final. Não foi investimento nenhum de locais ou da câmara, os locais deram à sola daqui os filhos e os pais porque é a zona antiga, quantas vezes é que tive problemas com a malta aqui que fumava as suas droguinhas e tal, acho que isso até faz parte do ambiente.

Na Holanda em qualquer lado tens isso, mas só que criavam aqui mau aspeto eram muitos, chegavam a ser vinte e tal gajos. Havia um bocado problema com eles meteu-se uma câmara e desapareceram logo. Resolvi uma série de problemas aqui do bairro, ciganos tive que arranjar um negócio para as pessoas comprarem, eu trabalho muito no local, faço muito trabalho sociológico, criamos uma ideia ao princípio que era comprar o que era possível comprar mesmo com empréstimo para não ir parar à mão do construtor por um lado e por outro lado após eu ter feito qualquer coisas era as pessoas que nos visitavam e ficavam apanhados por isto, especialmente estrangeiros com dinheiro e incentivá-los a investir nesta zona. Como tivemos uma data deles, não faço ideia mas aqui estive envolvido em mais de 50 projetos de renovação aqui na zona histórica e não só de pessoas que passaram pelas nossas mãos e que se influenciam

e se apaixonaram por isto. Tenho em frente ao Pingo Doce que ficou muito gira que é a casa Saias, em frente à antiga porta do Pingo Doce.(...) a própria da casa do Dr. Carlos Fuzeta, que andou ai falada e não sei quê, todo o desenho, o design inclusive as colunas, os pilares que estão lá, os arcos e aquela história toda são todos os meus desenhos iniciais para aquela casa, eu próprio fiz o negócio entre a Caixa de Crédito Agrícola e o Toby que comprou aquilo, na altura estava envolvido por amizade com um outro inglês que é jornalista inglês e tal, fui eu que arranjei o negócio para eles comprarem a casa Fuzetta e fui eu que fiz os primeiros planos e depois entramos em desacordo e alguém seguiu a obra foi um colega meu engenheiro, já tem mais idade e já está reformado, mas depois ele também foi dispensado e meteram outro fulano e tal. Tudo o que foi para aquela casa, os desenhos base da formação daquela, fui eu que produzi isso tudo. Aliás aquilo teve uma estratégia, aquela casa estava para demolição e eu meti um processo de classificação daquela casa para o IPPAR na altura e aquilo foi aceite, foi considerado, inclusive se não estou em erro, fiz um texto tão coiso para quilo que a proposta foi para nacional em vez de ser municipal, foi para interesse nacional. Mas depois houve uma altura que eles quiseram fazer uma limpeza a centenas de processos que estavam lá começados e não acabados, porque isto também o IPPAR e o Ministério na altura era complicado, aquilo depois enfim destrambelhou quando o banco tomou posse daquilo e o banco tentou conseguir também por portas e travessas ser aprovado para nova demolição e foi assim que eu comprei para aquele inglês, fez parte dessa estratégia também de poder ajudar o município também a ressalvar a identidade da cidade. A própria proteção dos mercados no processo das ZEP, os esforços que eu fiz para conseguir fazer uma ZEP e não sei quê. Isto não tem nada a ver com o sr. Presidente ou com o partido na Câmara tem a ver com uma ou duas pessoas que estão lá e acabam por estragar, não se exige a um presidente que perceba de arquitetura ou de medicina ou de outra coisa qualquer, agora convém é ter uma equipa em quem se possa confiar, claro, não se pretende que o presidente seja adivinho que possa adivinhar se na equipa dele todas as pessoas são interessadas ou não. Mas creio que falta qualquer coisa para orientar as pessoas todas com o mesmo objetivo e fazê-las perceber esse objetivo ou apresentar esse objetivo, trabalhar com universidades para que proponham coisas, ver o resultado que vem dali ou com pessoas com certa credibilidade na matéria. Depois é fácil arranjar uma coisa com um arquiteto como foi feito aqui para os jardins da frente.Eu honestamente renovação urbana não me diz nada se me

disseram que a renovação urbana passa por verificar se existe esgotos, se existe água e verificar que não vou pôr caixas de eletricidade na parede, não vou pôr caixas de água nas paredes das casas, não vou rebentar com as paredes das casas para passar fios e essa cangalhada toda porque está-se a rebentar com o objeto para lhe pôr toda uma série. Tem que se saber intervir nessas coisas, o que a gente quer é manter o objeto, vamos dotá-lo agora de novas tecnologias de aquecimento, novos níveis de conforto que não havia à terminados tempos, sim sr. Isso está tudo muito certo mas isso não implica que a gente destrua o bem em si.” Ah! não, as janelas vamos tirar a madeira e pôr de plástico ou de alumínio que é mais duradouro”. Eu reparei num projeto que tinha telhados de tesoura, feito por um arquiteto o projeto tinha 2 telhados de tesoura dos raríssimos aqui em Olhão, há bastantes em Tavira, na altura fui ver a casa a arquiteta teve a amabilidade de me convidar eu fui ver aquela estrutura, com aqueles tetos todos trabalhados como uma casa que nós tivemos que era a casa Fitas, sim senhor. Tens aqui um projeto como é que vais reparar isto, isto está quase tudo reparado. Ah, não, a gente vai tirar isto tudo e mandar fazer de novo. Pronto está bem, isto custa um balúrdio nos nossos dias para fazer uma coisa destas isso vai custar uma fortuna. Ah mas eu conheço o sr fulano tal. Bom, está bem, resumindo vejo aqueles telhados da minha casa, aquilo foi tudo arrasado e foi feito o mesmo desenho do teto de tesoura, em betão. Aquela estrutura toda em madeira, magnífica, ah mas tem bicho, eu recupero casas que tu nem fazes ideia, eu tenho casas recuperadas 100% de madeira com bicho porque isto do bicho é uma estupidez. A madeira é faia que é uma das madeiras mais rijas na Europa que antigamente vinha toda do norte da Europa, está toda comida do bicho por fora mas cortas um pedaço de madeira daqueles aquilo tem uma capinha de borne que tem lá o bichinho a comer o resto é denso que parece pedra, hiper rija e quando a cortas tem um perfume que parece rosas, é uma madeira fantástica, tem uma cor avermelhada e quantas vigas dessas eu não salvei e não pus noutras casas depois tornou-se uma coisa maravilhosa porque estes imbecis não conseguem perceber o que é vivermos com muita falta de mão de obra especializada em património. Porque ligado a isto há uma coisa muito importante que é o tráfico, não é o tráfico de estupefacientes é o tráfico automóvel, é o maior problema que eles vão ter aqui e nunca vão resolver, não vão resolver questão nenhuma sem resolver a questão automóvel. Por uma questão de turismo é o maior desafio que têm à frente. Até aqui eles tiveram, porque houve uma altura que enviei um rol de ideias para eles, mais ou menos

ecológico depende de como é feito, um veio a ser recentemente apregoado com pompa e circunstância é praias fluviais aqui, em frente ao hotel, onde era a lixeira, foi essa a ideia que eu dei antes de entrar em guerra com eles, foi na altura em que apareceu o plano da torre do Pina. Vem dessa altura foi essa ideia é uma ideia que apareceu este fim de semana e eu fiquei olha afinal eles para a frente com isto que é a questão de devolver o espaço ao peão, é o peão que consome no restaurante não é o automóvel, é as pessoas precisam de andar, gostam de andar, é os restaurantes que ficam muito contentes de haver umas esplanadas como há em Itália, é umas esplanadas ali na rua, todos querem ter mais um bocado de esplanada para vender mais um bocado e fazer mais negócio. Eu estou plenamente de acordo mas temos que dar espaço aos peões também para andarem, não é pôr lá berliquinhos, é deixar espaço e agora acho que a partir de hoje às sextas e sábado à noite não há nada para ninguém, os carros têm de sair daí entre as 19h da noite e a 01:30h da manhã. Há pessoas que disseram logo: ah coitados dos comerciantes como é que eles vão poder vender e não sei quê. Os comerciantes vendem de manhã e não de noite, de noite é para restaurantes, é para as pessoas que gostam de andar a pé e tal, faz bem por causa da digestão, vamos ter sempre o mesmo problema, onde é que essas pessoas estacionam? A ideia é belíssima, é a ideia de se poder trazer mais turismo, não sou apologista do mais sou apologista do melhor, enfim a gente quando tem uma garrafa podemos enchê-las com 1 litro de água mas se quisermos pôr 5 litros não cabem, devemos é pôr se calhar whisky que é melhor do que a água. Aquele limite é aquele limite ponto final, se me disserem Olhão tem possibilidade de ter 10 milhões de turistas num só dia, não tem isso é a população de Portugal, existe um limite para tudo que é quase como o próprio planeta também tem um limite, temos que saber usar o bom senso, ok existe um limite mas então podemos partir para uma coisa que é um turismo de melhor qualidade, isso cria alguma segregação, porque depois dizemos então só as pessoas ricas é que vêm para este turismo os que têm menos posses não podem vir porque é tudo muito caro, os hotéis, os restaurantes aquela coisada toda é tudo muito caro. Isso também acho que seja um bocadinho falácia porque se todos andarmos a viver um turismo de qualidade todos passamos a ser mais ricos, não é? Porque não é só a pessoa que explora a casa de turismo, é o que fornece lavar e não sei quê a roupa, é tudo as obras de manutenção nós temos sempre 4 meses por ano, este ano é que não por causa do Covid, temos 2 ou 3 empregados a trabalhar a tempo inteiro 10 horas por dia a renovar isto tudo, é tudo

		pintado. Essa malta também é paga, também vive, também come, também bebe. A malta que vende os mariscos tudo está envolvido com isso, o turismo é realmente uma máquina fantástica de promoção de riqueza mas é preciso não estragar o diamantezinho, tem que saber lapidá-lo, não é chegar ali e começar às marteladas.		
4	44:55.3 - 49:12.0	Isso é como renovar uma casa, há pessoas que encontram uma ruína e deitam abaixo e mandam vir tijolo do pé de Coimbra da zona lá do tijolo, mandam vir umas pedras mármore de Estremoz, mandam vir os alumínio que são fabricados não sei aonde, e que são transformados não sei que mais e que chegam aqui em bruto e depois são transformados em portas e janelas aqui assim em Olhão, ou seja, o turismo sustentável é aquele que se fazia antigamente, mais de 50% do material utilizado é que estava aqui caído, os pilares que vê ali naquele pátio são todos feitos com tijolo que estava aqui, tijolo da obra, estás a ver da demolição do que estava caído, mas de 50% do material foi utilizado aqui manteve-se as paredes mestras que foram reforçadas devidamente, os materiais se olhares para as cadeiras e mesas as cadeiras foram todas compradas nas velharias, as mesas mandei fazer segundo um desenho da época, foi o mestre Nunes que fez estas mesas. As senhorinhas conforme vê aqui andei a comprá-las no OLX uma carrada de tempo, estes candeeiros fui ao norte do país onde fabricam lá os coisos para as igrejas, os coisos para os candelabros das igrejas, fui ao norte do país comprei estes em bruto foi a minha mulher que meteu a folha de ouro em cima a única coisa que não é daqui são os abajures que vieram de Inglaterra porque em Portugal já não fazem abajures de pano, é tudo em papel, é tudo made in China. Para mim o turismo sustentável é exatamente a valorização da autenticidade do local porque isso faz desenvolver as economias locais e é isso que é sustentável, é a venda do óleo essenciais, é o foliar de Olhão, é a latinha de conserva que tem uma coisa magnífica que era vendida ao preço do caviar que era uma coisa espetacular que eram ovas de sardinha. É coisas de verdade magnífico que ainda vamos tendo aqui, é desenvolver a economia local mais nada.	ESPR14	2.
8	1:18:45.7 - 1:33:35.9	Acho que a prevalência dos costumes locais e envolvência da comunidade nesses costumes é	ESPR14	3.

das coisas mais fantásticas que pode haver, ponham aí as festas de Santo António outra vez, as romarias nas ruas, essas coisinhas antigas, flores à janelas isso sim, o que vamos inventar? Festivais de rock aí à frente para fazer barulho que as pessoas não conseguem dormir. Isso é outra aposta completamente errada concentraram tudo aqui assim na frente, é o palco onde tudo acontece é o Festival do Marisco, é o Festival dos Piratas, é o Festival da Juventude é o não sei quê, quer dizer, é barulho de abril ao fim de setembro, e é assim que querem fixar as pessoas aqui? A minha mulher dá em maluca com isto, aliás, vendemos as casa todas, só temos esta e a casa onde moramos agora, temos uma outra que estamos em processo vamos vendê-la também agora para fugir daqui, o barulho é inconcebível. Uma padaria pode trabalhar de noite? Pode, não pode é vir fazer barulho para a via pública, não me faz diferença nenhuma que os bares estejam abertos toda noite ou até às 4 da manhã o que me chateia que é que venham para a rua fazer barulho, isso já ultrapassa o que legislação diz do ruído a partir das 11 horas da noite, porquê? Porque há pessoas idosas a morar aqui, há crianças que vão à escola, há todo um tecido social que trabalha ou que deveria trabalhar e precisa de estar descansadamente mas que não consegue nestas condições e depois o português tem uma coisa que é o número 1 é o pópó. Sem parque de estacionamento para o pópó podem esquecer o habitante. Eu cheguei a ter 7 casas, só tínhamos 1 carro e nunca tivemos um lugar de estacionamento garantido tenho que pagar 400 e tal euros por ano para metê-lo no Pingo Doce. Com 7 casas achava-me no direito de ter pelo menos um lugar de estacionamento, mas eu até sou contra os lugares de estacionamento aqui na frente. Aí está o maior desafio deles uma vez ventilei a ideia mas eles não souberam aproveitar, aqui para Olhão aquilo que ia ser vá lá a calçadeira para enfiar o sapato de ouro do desafio que se pode apresentar em termos de desenvolvimento futuro o melhor exemplo que eu posso dar é por exemplo entre variadíssimos outros podia ir buscar Lisboa, Porto, mas vou buscar este talvez o mais próximo que é na ilha nos Açores, qual a ilha principal Ponta Delgada, Açores, a frente daquilo dá para um porto de pesca ou marina, não sei bem, mas a frente da cidade não perdeu a relação com aquele espaço e não perdeu porquê? Aqueles meninos foram inteligentes o suficiente para saberem, para terem feito, quem virado para o mar, na parte exterior da cidade há uma entrada quase em subterrâneo para o parque de estacionamento, como em Santarém, em Lisboa. Naquela zona antes de entrares na zona histórica da cidade existe um parque de estacionamento que tem estacionamento em espinha e tal por aí

a fora e aquilo prolonga-se e em determinado sítio tu sais, eu conheço parques de estacionamento desses em todo o lado até Toulouse. Em Toulouse chegas que é uma zona interior logo ali à entrada de Toulouse, parque de estacionamento em espinha e sais. E a circulação para abastecer os bens essenciais aos comerciantes é feita durante a noite até às 5 ou 6 da manhã, às 6 da manhã transportes de mercadorias acabou só podes circular por baixo, só ambulâncias ou coisas dessas é que podem circular em cima. E esse espaço em cima passou a ser devolvido ao peão. Qual é a vantagem? Passas a ter estacionamento porque as pessoas gostam muito de levar o pópó até à mesa do restaurante, então passas a ter esse estacionamento e passas a ter o espaço completamente livre para desfrutar da frente da Ria porque quem está aqui vê esta ligação com o mar, não é preciso estar com este discurso todo, deixas de ver automóveis para ver a Ria, bem agora deixas de ver automóveis para ver os barcos na marina, mas o que eu queria era deixar de ver automóveis para ver os pescadores, aquele ambiente. Eu tenho montes de fotografias da Grécia, os barquinhos dos pescadores e as mesinhas ali, tudo colorido, é pá aquilo é uma coisa tão romântico, é que as pessoas perderam o romantismo, para se saber desenvolver o romantismo é preciso saber desenvolver o romance, tem que se criar uma paixão, e se as pessoas vierem para cá com esquemas feitos com base em não sei quê, é tudo falso, é tudo para encher chouriço, as coisas têm de ser baseadas num sentimento de paixão, as pessoas têm de ver ali uma buganvília ali no canto, ai que giro, deixa-me tirar uma fotografia, são aquelas coisas que tocam o nosso sentido de uma certa beleza estética, colorido, aqueles cantinhos romanescos onde o casalinho dá um beijinho, tudo isso, essas coisas que são palpáveis, se tivesse que pedir namoro a uma mulher onde é que pedi, aí ía para ali, estás a ver é esse tipo de ambiente, não é uma coisa ácida de estatuazinhas, parvalhicezinhas. Às vezes as palavras fogem para adjetivos que eu não deveria mencionar, mas há coisas que eu não concordo, chateia-me, porque é tão óbvio e infelizmente vivemos num mundo cada vez tão estéril de sentimentos, o ultimato da arquitetura do urbanismo e tudo mais, a arquitetura é considerada a ponta da pirâmide de todo o resto das outras ciências, a arquitetura pode englobar a arte, todas as ciências mas também está muito mal explicada, porque posso dizer com toda a certeza que 70% ou 80% dos arquitetos não sabem o que é a arquitetura, há aqueles que sabem e os que não sabem. A arquitetura trabalha com as emoções e é para isso que ela foi criada, um edifício quando é estatal e vêes essencialmente nas Bulgárias, Checoslováquias os

		edifícios estatais são coisas que a pessoa quando entra lá dentro já vai a pensar eu sou criminoso, não sei porquê mas sou criminoso, são de maneira austeros e oponentes e tal, uma igreja tem que ser uma coisa que eleve o espírito, que eleva as almas lá para cima por isso é que os desenhos eram feitos nos tetos em comunicação com os céus e tal. Há um filme muito interessante que as proporções ocultas ou uma coisas assim que chegavam a passar leitões de rios debaixo de determinada zona da igreja para a pessoa sentir ainda mais aquela diferença, aquilo criava ali um esquema emocional, a vibração da água e tal, são coisas do passado mas que se explorava a linguagem do sentimento vs a pessoa que desfruta esse ambiente e isso é uma coisa que foi perdida nos dias de hoje, estão viradas é para coisas identificadas anúncio isto é o que você precisa para a sua vida para ser feliz e alegre e satisfeito, é isto que vou comprar, uma caixinha que te impinge e hipnotiza com produtos, ideias, conceitos e modos de vida que são completamente artificiais e isso é apenas que tu sejas um servo pacífico de uma sociedade de consumo que pretende te impingir os produtos e que tu sejas o eterno vassalo para fazer funcionar essa máquina, de preferência com pouca saúde para eles poderem vender mais.		
10	1:38:45.6 - 1:55:15.5	Até aqui acho que sim. Não vejo o que poderá ser não sustentável, naquilo que tem sido o turismo até esta data. Primeiro temos que definir aquilo que é sustentável. (...) Falta, para ser verdadeiramente sustentável, haver um objetivo definido do que se pretende. Olhão precisa de ser melhorado? É a primeira questão que se põe, a gente precisa de mudar a zona histórica ou sim ou não, há umas ruínas, há umas ruas que já não têm muita piada, há casas em ruína. Então, o primeiro objetivo será tirar as várias camadas de verniz que foram metidas, ao longo do tempo, em cima das casas e do património arquitetónico porque há um momento, a gente diz a casa era assim, depois não era assim depois foi assado, mas há um momento na história que cristalizou uma forma em que a gente chamava a isto cidade cubista porque todas as casas tinham os mirantes, contra mirantes, pangaiais e não sei quê. Mas porquê que as casas tinham porque em determinada altura toda a gente construiu daquela maneira, houve um objetivo comum. Houve uma altura que se define hoje em dia como uma coisa diferente das outras pela sua peculiaridade que foi criada no mento em 1980 ou entre 1800 e 1800 e não sei quê, houve um momento em que se definiu que seria assim, depois al longo disso foi sofrendo transmutações do pseudo modernismo destruiu casas incríveis, que definiram algumas épocas.	ESPR14	4.

Temos aqui casas de Arte Nova, havia umas fotografias do Filipe da Palma que tem muito jeito para dar a machadadazinha, uma lá em cima uma casa no canto tem um canto tem a fachada toda em curva Arte Nova e ele consegue apanhar aquela e a apanhar o prédio que fizeram ao lado horrível modernista. As pessoas estavam maravilhadas com aquela fotografia, mas passam lá todos os dias só agora é que se maravilham com aquilo porque a fotografia está bem tirada, está bem mas até aqui ninguém tinham sido desperto para aquela casa ou então as pessoas vêm sempre como uma coisa velha porque está em mau estado. Mas se estivesse recuperada, é um edifício que se mandasses construir agora com a técnica com que foi feito e a arte com que foi feito era uma fortuna, e as pessoas pura e simplesmente, o inteligente do construtor a primeira quando compra uma coisa daquelas deita abaixo para fazer um prédio. (...) Falta de objetivo que é haver uma estratégia para uma zona, isto deve começar logo a nível do país, mas pronto esqueçamos o país, vamos para a zona territorial do concelho de Olhão. Havia uma estratégia nós queremos desenvolver o nosso concelho com base numa economia que passe pelo desenvolvimento da cultura regional, das pescas, artesanatos, dessa coisa toda que vai trabalhar a par e passo com o turismo e se calhar passa também pela agricultura local que vai vender aos mercados porque os restaurantes vão gastar local porque as pessoas gostam de comer local, gostam de comer peixe assado, gostam de comer as saladas aqui do campo e tal, não querem as saladas vindas lá da China nem arroz não sei quê, querem local o turista vem cá para comer português, local, local. Isto tem uma ramificação tal é pior que o Covid, isto depois cria uma sinergia incrível mas é preciso as pessoas estarem focadas no mesmo objetivo e perceberem esse objetivo, obviamente vais ter sempre vozes contrárias e quando esse objetivo é compreendido e é assumido são as próprias pessoas que vão batalhar para que aquilo seja cumprido (...) as pessoas ficam orgulhosas. Nós começamos com o casaria bravo foi a gente que levou tudo, todos os projetos que havia aqui de casas brancas passou pela minha mão, pretendia aqui no bairro da Barreta tudo o que estivesse em más condições foi vendido a alemães médicos era a casa dos ciganos, a D. Maria tinha a casa forrada a azulejos de casa de banho, essa casa foi toda reconvertida no que supostamente seria antes de ser uma casa forrada a azulejos de casa de banho isso é de uma época Portugal em termos genéricos não gostam muito no Brasil levou-se a indústria do mosaico fizeram-se coisas extraordinárias, depois os brasileiros vieram para Portugal e foi reaproveitado de uma maneira completamente diferente, começaram a meter

azulejos por tudo quanto era sítio. ((Orgulho e autoestima)) é uma bola de neve só para o lado positivo, como eu estava dizer nós temos um casa em Amsterdão quase todos os meses recebo uma carta de uma câmara a dizer que temos 200 mil euros ou 400 mil euros, a cidade tem disponível 400 mil euros para investir num projeto qualquer, o que sugerem como projeto, o que é que acham que devia ser feito na cidade. Há consulta pública, não é 3 ou 4 cérebros que estão lá dentro que acham que sabem tudo e mais alguma coisa que vão fazer a coisa. Em Portugal, tenho algumas reticências a esse respeito, aliás penso que é isso é um dos problemas de engrenagem social dos nossos tempos. Dar poder de voto às massas que se calhar também não é boa ideia, o problema é que as pessoas cultas, que se formam que têm uma certa capacidade intelectual é completamente diferente da gente estudar e não estudar, o próprio ler e não sei estar envolvido com aquela envolvência independentemente do que se está a estudo é muito alimentício para a capacidade política humana, e é muito importante, a educação é muito importante, não a aquela educação que foi feita para educar pessoas para trabalhar com uma máquina, aquela que exalta também outros valores morais, sociais. Enfim, há um filósofo chileno que é extraordinário, já velhote que está quase a abandonar a coisa, fala sobre isso, os Estados num gostam de o ouvir falar porque ele diz que a educação é uma das coisas fundamentais da vida, há 200 anos é para criar calo porque não mudou nada, forma pessoas para trabalhar com uma máquina não forma pessoas para serem seres pensantes, críticos, e socialmente desenvolvidos, é para ser engenheiro disto, médico daquilo para encaixar ali. O desenvolvimento espiritual das pessoas já não existe, o que é isso e acreditarem no amor porque sentem um bichinho ali e tal quando vêem uma pessoa, ainda acreditam, a gente não sabe explicar, tem uma sensação por uma pessoa, é uma coisa forte que leva ao suicídio muitas das vezes nos romances, é uma coisa fantástica, tem variadíssimas formas, mas não é racional. Eu gosto daquela fulana porque ela tem 2 olhos, 1 nariz, 3 pernas e não sei quê, não é racional, o amor a gente não explica e eu gostar da pessoa A não quer dizer que B goste da mesma pessoa, se calhar gosta da pessoa C. É também essa educação espiritual que tem sido perdida nas sociedades contemporâneas, é tudo para o consumo, só para o consumo e não sei quê. E esse malta que trabalha no consumo ainda não percebeu que a espiritualidade ainda dá mais riqueza às coisas é tudo feito ao contrário. A espiritualidade, a autenticidade a manutenção isso é que dá o objetivo a atingir, não é aquilo que eu vou lá pôr, eles nem sabem o que eu vou pôr lá, pode

		<p>ser muito giro como pode ser uma merda, o que eu vou pôr lá é só o meu ego, não pertence ao sítio, por isso é que eu gosto dos sítios. No passado os sítios faziam as pessoas, aqueles que viviam mais da pesca, outros viviam mais do campo, evidentemente nós evoluímos não podemos ser radicais e palminhas para a evolução é como tudo, um bolo se tem muito creme a gente enjoa aquilo, tem que ter uma quantidade de açúcar mais ou menos, é tudo uma questão de balanço, de bom senso, bom senso eu falo muito em bom senso.</p>		
11	1:55:15.5 - 2:01:29.8	<p>Para mim os pescadores, os barcos dos pescadores sarapintados e coloridos, o mercado a vivência das pessoas locais, ao sábado acho isto fantástico, acho que é um mercado fantástico e isso é o que eu vejo sempre. Se me perguntares ao contrário, o que é que te faz vomitar em termos turísticos sobre a questão de Olhão? Olha, é a panóplia de espetáculos que fazem aí à frente que não tem nada a ver com Olhão, é para bater palminhas não sei para quê, não faz sentido absolutamente nenhum, esta avenida que está aqui, a avenida principal se fores a Barcelona, a estrutura de Barcelona é exatamente igual à estrutura de Olhão, ou se quiseres a estrutura de Olhão é igual à estrutura de Barcelona, tem uma avenida enorme que é o que se chama as Ramblas que vão desaguar numa zona portuária, como aqui em Olhão numa frente de mar. Nas Ramblas de Barcelona é onde tudo acontece, se queres ver turistas e comerciantes a bater palminhas é nas Ramblas, tudo acontece lá. Pois, aqui não acontece nada, aqui a única coisa que acontece é uns bancos para os velhotes com uns poemas escritos, porque é que não fazem aqui um mercado de velharias uma vez por mês, levaram lá para Quelfes, tudo bem Quelfes também merece, mas façam aqui qualquer coisa todos os meses, criem uma pequena feirinha de coisas regionais, mas às vezes o regionalismo, aí eu! Quando vou a vários sítios até mesmo na Holanda também acontece, há uma feira regional vendem aqueles pechisbeques da treta, penduricalhos que não servem absolutamente para nada, mostrem coisas autênticas, cestos, a cestaria, compro os cestos tudo quanto posso comprar, sou o maior comprador de cestos, na casa de banho para pôr o papel higiénico tenho cestes desses, para pôr os livros em casa uso cestos desses, até tenho um guarda roupa em casa feito com cestos desses.(...). Adoro aquelas coisas, acho extraordinário. O visitante é disso que gosta, é das coisas daqui, não são as chinesices, eles têm olho para essas coisas, sabem perfeitamente quando vão comprar uma cesta, se é uma cesta produzida aqui à mão ou se produzida na China, vê-se logo na alça, se tiver</p>	ESPR14	5.

		uma correia de couro é fabricado na China, a alcofa portuguesa a própria pega é feita à mão também, faz parte.		
14	2:13:59.7 - 2:26:53.5	Acho que não. Falta uma estratégia tem a ver com o seguinte se publicito uma coisa a dizer venham que isto é espetacular, é a melhor coisa eu crio uma ideia enquanto utilizador eu vou lá aquilo deve ser um sítio espetacular, se quando eu chego, a minha expectativa ou aquilo que eu vejo não corresponde às expectativas que eu tenho vou dizer grande bigode vou lá mas nunca mais lá volto, fico decepcionado com aquilo. Eu prefiro trabalhar ao contrário, mostrar o mínimo possível, uma fotografiazinha de um pormenor, uma cegonha ali em cima no topo da igreja, uma fotografiazinha do barco que vai para a ilha, mas não mostrar a ilha, não mostrar mais nada. É quase como aquela senhora que se veste e mete um vestido comprido com uma rachazinha, estás a ver os homens, o imaginário começa logo, porque se a pessoa aparece descascada é quase uma praia de nudistas, e depois? Estás a ver onde quero chegar? Utilizamos essa estratégia (...) foi nunca mostrar e as pessoas não fazes a ideia a curiosidade que havia para ver o que estava para dentro e essa curiosidade tem feito o negócio funcionar como funciona, nós não fazemos publicidade nenhuma. Quando vêm aqui, agora menos, tive uma guerra com o Tripadvisor, estás a falar com uma máquina, não quero as minhas fotografias em lado nenhum temos um design próprio que é uma imagem de marca e é patenteado por nós e queremos defender essa imagem de marca, senão amanhã todos os hotéis vão ter o mesmo desenho que nós. Aliás apareceu depois aí um grande empreendimento em que foram buscar os nossos elementos todos de design para lá, estão lá todos esparrachados, todinhos. Atenção mas acho que quando se copia eu bato aplausos estamos a criar um sítio não é uma individualidade, só eu é que quero ter, não, não o problemas é que as cópias não é parecido é pachido, não tem nada a ver uma coisa com a outra. É como os construtores, houve uma altura que quiseram começara desenvolveram uma espécie de um pseudo estilo português nas casas então era barras à volta das casas pintadas de azul ou de amarelo porque houve sempre o romantismo do Alentejo e tal, então os construtores começaram a fazer uns bairros e tal com umas casas com barras à volta das janelas, eles nunca perceberam o sentido daquelas barras. Nem o tamanho, nem o porquê, havia uns, lembro-me de um sítio porque eu morei em Azeitão, chegava a fazer barras de 5 cm à volta das janelas, barrinha de 5cm, tinham medo de pôr aquilo muito grande que se calhar ficava	ESPR14	5.1

feito, eles nunca perceberam de onde veio o tamanhão nem porque era posto uma barra daquelas. O tamanho daquelas barras era baseado no palmo, porque a fita métrica apareceu só em 1900 e não sei quantos, antigamente era as varas atrás dos castelos era assim que se mediam os terrenos dos senhores, varas ou pelo palmo ou corpo, eram tudo medidas proporcionais, daí o desenho de Leonardo da Vinci usando as proporções. Também se for dessas casas mais antigas que ainda têm pedra o tamanho da pedra que está ao lado da porta põe lá o palmo a ver se não é o palmo que está lá, era o palmo do construtor da época, olha vamos fazer uma pedra aqui é este o tamanho. Depois disso inventou-se muita coisa, e aliás essas pedras na altura eram caiadas de branco para quê para evitar que as formigas e insetos entrassem para dentro das casa por isso é que se pintava à volta daquela coisa sempre com branco, depois começou-se a fazer a pedra que tinha uma função um pouco diferente como trave para suportar a parede, etc, etc mas depois é a tal coisa do parecido que não é verdadeiro, é um teatral mas ainda por cima mal feito, teatral bem feito é o do Freeport, é um teatral mas se a gente passar os olhos parece verdadeiro é um teatral bem feito, o que é mal feito é aquele que se tenta imitar mas imitasse mal esse peca por 2 coisas é imitação e ainda por cima mal comunicado. (...)

Eu acho que existe um dizer que é contrário ao que se tem feito Olhão tem alma é um dos slogans que se tem falado, mas qual é a alma que eles estão a falar? É a alma das festas que fazem aqui dos piratas, é as festas que fazem aqui, é essa alma que eles entendem, é o Festival do Marisco? primeiro preciso que identifiquem a alma a que se referem. Olhão tem alma está bem, mas qual é a alma que a gente está a falar aqui, sabes que isto da diplomacia das palavras são incríveis. Tem em alma dos pescadores, das pessoas e das gentes locais e não sei quê, não tem ou se tem está em vias de desaparecer, a pouca que tem são os mercados aos sábados quando estamos a falar de concelho, de resto não vejo mais nada de alma em Olhão. A marina é uma alma de Olhão, estás a ver? Temos que começar a fazer essas questões, o hotel é uma alma de Olhão? Os investimentos que foram feitos para aquela zona são uma alma de Olhão? Olhão tem a ver com isto que está aqui, a zona onde a gente se insere, o vizinho fala com outro à janela, comem na rua, fazem uns grelhados, isto é que alma de Olhão. Tudo o resto são palavras bonitas, lá está a tal coisa as pessoas vêm com aquela coisa da alma de Olhão, e depois o que é isto, começam a olhar para cima e para baixo. Acho que está mal direcionada a comunicação, se a gente vai tentar perceber de onde vêm estes problemas vamos voltar ao início da conversa, a

		<p>estrutura do sr presidente, uma estrutura pensadora à volta dele, até posso indicar quem são as pessoas não têm ajudado porque não têm a capacidade, nem a cultura para poder ajudar convenientemente. Isto requer um bocadinho mais, não é preciso entrar em conflito com as populações muito pelo contrário é uma questão de as educar, de lhes apresentar um projeto que eles vejam viabilidade, que se vejam também identificados como puderem contribuir para esse objetivo, quando as pessoas vêm a gente vai fazer isto e tal, não sarapintar as paredes ou não sei quê, procurem as cores assim porque isto pode ficar assim e o nosso objetivo é ter uma coisa assim isto vai trazer o turismo, porque estamos a desenvolver o que é nosso, criar esse sonho de limpeza da cara disto tudo, promover isto, e depois começar a promover a coisa e depois já não se leva por um jantar 20€, leva-se 50 ou 70, oh pá mas os portugueses já não conseguem comer aqui e não sei quê, conseguem continuem a abrir a restaurantes a 5€ e as pessoas vão lá comer na mesma, não tem que ser necessariamente ser na zona, porque o português que vai gastar pagar 3€ por uma refeição ele está-se borrifando se o restaurante é à beira de água ou ao pé da linha do caminho de ferro, ele interessa é comer barato. Portanto, é sempre conivente essas situações o turismo rico e o turismo pobre, deixem as pessoas ganhar dinheiro, há alturas para gastar dinheiro a gente leve, é um negócio para fazer. Eu sou apologista disso, aliás a minha experiência e as minhas ciências é nessa base.</p>		
15	2:26:53.5 - 2:30:30.3	<p>(...) Manutenção, autenticidade e criar condições para que o turismo possa vir cá, que condições são essas? É ter estacionamento, não é criar enormes espaços de estacionamento não trazem beleza nenhuma, Olhão nem sequer tem um jardim, tem uma frente de mar chamam-lhe um jardim, mas quer dizer se eu vier a uma zona de Olhão e tiver que atravessar um mar de estacionamento logo ao princípio começo a levantar a sobancelha, mas onde é que eu estou, parece o parque de estacionamento do Pingo Doce ou do Continente não sei quê, eu gosto é de ver uma zona frondosa, às vezes venho pela estrada, venho a sonhar isto é a minha pancada de arquiteto, venho a sonhar com coisas tão pequeninas poderiam ser feitas e o facto de se aproximar à cidade marcava já a diferença, coisas simples, mas nem nisto a gente tem romance nenhum. Tu vais de carro daqui para Espanha, para Sevilha quando entras na autoestrada de Espanha toda a zona central tem aquelas plantas loendros, tem uma zona que são todos cor de rosa, depois tem uma zona que são todos brancos, é pá eu acho aquilo extraordinário, é um</p>	ESPR14	6.

		<p>verdadeiro jardim, vais tendo uma conversa, um ritmo da estrada, se vieres de Faro para aqui tem meia dúzia, 2 ou 3 gatos pingados desses loendros, 2 aqui, 3 além depois há de cores diferentes, eu também gosto um bocado da confusão, mas depois é uma confusão que depois há-de reparar no centro da estrada aquilo já não é limpo. A manutenção do aspecto sujo, tenho visto nas redes sociais pessoal que se queixa que o nosso país está porco, é verdade que não há manutenção. Há ou não há dinheiro, pronto, então não se faz, não há dinheiro, não se limpa, não se arranja, mas quere-se turismo.</p>		
16	2:30:30.3 - 2:34:41.9	<p>Para já a própria hegemonia da cidade o próprio tecido urbano, Olhão por si só deveria ser uma torre Eiffel, Olhão enquanto núcleo porque é diferente de todas as outras isso é já belíssimo, porque se a quisessem fazer diferente não conseguiam, ela já é diferente por natureza, então essa diferença deve ser acentuada, manter as casas brancas, os torrões, os mirantes, os contramirantes, não é as casas coloridas, com azulejos de casa de banho nas fachadas, uma métrica que impuseram ai dum plano que não tem coisa absolutamente nenhuma. Depois em vez de ser o mirante o contramirante, é o ar condicionado, o painel solar e o contra painel solar, há aí sítios, eu vou a um terraço agora e é de loucos isto, só não vê quem não quer. Porque o que o regulamento diz é que quando se faz um projeto novo tens de ter aquilo preparado para ter uma tecnologia ecológica, mas não tem necessariamente de ser painéis solares, pode ser bomba de calor, pode ser o gás, chama-se a isso os esquentadores de baixa pressão, há 3 ou 4 alternativas ao painel solar, evidentemente que o painel solar é o melhor deles todos no sentido que é o mais barato deles todos porque não tem consumo nenhum, evidentemente mas estamos numa zona histórica não se pode querer um velho de 90 anos ande a correr 200 metros de barreiras com jovens de 20 anos, cada um no seu lugar, se calhar o velho de 90 anos é muito mais importante pela sua experiência e coisas vividas do que um jovem de 20 anos que corre os 200 metros em não sei quantos segundos mas naquela cabecinha só tem coisas de cacaracá. Portanto, todas as coisas são importantes na sociedade. (...). Normalmente as casas têm 4 fachadas, tem a frente, traseira, direita, esquerda e esta ainda tem a de cima, que o turista vai para ali e adora isto.</p>	ESPR14	7.
17	2:34:41.9 - 2:45:52.0	<p>Posso falar de sítios e de individualidades. Se tivermos apenas um sítio no Algarve que seja bom não podemos dizer que o destino turístico Algarve seja excelente ou seja bom, há um sítio a sul</p>	ESPR14	8.

de Portugal que é bom, agora quando todos vivem da mesma fala-se destino turístico do Algarve, se houver 3 ou 4 como há Albufeiras, vizinhos holandeses e de outros países ficaram embaçados pela negativa do que é Albufeira, do que é Portimão, pessoas com uma certa cultura, percebes? Uma vez tive cá não sei se ouviste falar no filme "Voando sobre um ninho de cucos", a atriz que fazia, aquilo eram os malucos lá no manicómio, a atriz que fazia de enfermeira uma vez veio cá com a minha sogra são amigas veio cá uma vez, e fomos já não sei porquê, tinha que ir buscar umas coisas a Portimão e achou uma coisa horrível, não fazia sentido, o que é que Portimão tem, é a praia da Rocha, é uma praia, a zona histórica goodbye. A Meinke é uma pintora que já deves ter ouvido falar, vendeu aqui uma casa por um balúrdio aqui em Olhão, outra das vantagens do turismo é que as coisas passam a ter um valor muito maior, ela vendeu aqui por um balúrdio e foi comprar em Portimão, agora já quer vender porque não tem interesse nenhum naquilo. Ela comprou uma coisa a casa é fantástica, mas o que conta não é a casa é o sítio, ao fim de 2 ou 3 meses ela já estava arrependida de ter comprado aquilo, só comprou lá porque já não encontrava em Olhão. Havia um livro muito interessante escrito pelo Fernando Grade, que faleceu no ano passado, que eu acho que ainda tenho algumas cópias disso "O Algarve como o destruimos", quantas e quantos turistas não vêm e ficam decepcionados porque temos estado a trabalhar para um turismo sem cultura, e porque é que isso acontece porque temos políticos com pouca cultura, desculpem-me dizer isto, e temos políticos com pouca cultura porque temos uma grande massa social de cidadãos que infelizmente também têm pouca cultura, para eles 3 palminhas, pessoas de idade e uma pessoa bem parecida, se calhar justifica-lhes mais acreditar do que numa pessoa que tem ideias ou uma coisa do género, vão mais pela pessoa: "ah tão jeitoso". Ouvi uma sr^a uma vez: "Ah, vou votar no sr Pina, o rapaz é tão bem parecido e tal". Bom, se isso é motivo para votar pois porque não resolve o problema à senhora. Não tenho problema nenhum com nenhum político, para mim políticos são como amigos meus facciosos no futebol porque são do Benfica, do Sporting, grandes discussões e tal mas no final são todos amigos, bebemos todos copos no mesmo sítio, e eu até nem gosto de futebol. Na política é um pouco a mesma coisa as pessoas agarram-se a ideologias políticas, eu nunca acreditei que uma política pudesse governar um país eu acho que são as pessoas que governam as coisas e o resto é virtual é como as fronteiras, tudo isso é virtual só mete limites quem é limitado, eu sou um cidadão do universo, nem sequer é do planeta terra e é um bocado

		<p>isso. Não temos tido políticos com um certo gabarito, a velha escola do meu pai alentejanos em que a palavra era suficiente para fechar um negócio, hoje em dia é tudo baseado em esquemas, há muito aliciados por fora, lembro-me de um construtor civil que era canalizador, que loucura! As pessoas não têm outro prazer na vida que seja os bens materiais, já se esqueceram de outras sensações, outras coisas, é sempre a insegurança terrível do dinheiro, o que faz as coisas belas é a beleza das coisas não é o dinheiro. Ah, mas o dinheiro ajuda muito, evidentemente na sociedade na maneira como ela está estruturada quem não tem dinheiro está feito ao bife, quer dizer, supostamente estará feito ao bife, mas não é tudo quer dizer os princípios básicos da vida o próprio dinheiro também é virtual, o que é aquilo um bocado de papel, um bocado de metal que institucionalizado, enfim. A experiência turística não é mais nem menos Stop a oferecerem coisas ao turista para parecer que é mas não é Stop, eu quando vou ao Japão até posso gostar de ver lá uma festa dos japoneses ou na China com os dragões, uma festa lá deles, aqui as festas populares é o mesmo exemplo as romarias, essas festas estão enraizadas no tradicionalismo na cultura das pessoas isso faz sentido. Agora fazerem um festival de rock aí à frente, a malta nova também precisa do seu festival de rock mas façam no estádio, façam em sítios que a malta jovem dê valor porque a malta nova não dá valor ao património, poderão dar de uma forma diferente, mas eles quando querem ver um festival de rock é para estarem à vontade, é como fazer um festival de rock dentro de uma igreja, ai aqui não porque faz muito barulho, porque não sei quê, porque Deus nosso sr. não sei quê, não faz sentido. Eu acho que não faz sentido em determinados sítios que são do domínio público de estar a fazer disso um palco de atuações de variadíssimas coisas que não fazem sentido fazer nenhum, sim, um festival de poesia, quantas vezes é que tu viste aqui um concerto de música clássica? Quer dizer infectam-se as pessoas só com Quim Barreiros, às vezes é bom diversificar um pouco, se calhar as pessoas ninguém apreciaria a música clássica, mas se calhar até apreciariam, uma coisa daquelas aqui, não estou a dizer todos os dias, as se calhar de vez em quando uma coisa dessas acho que já houve uma vez na igreja e foi muito interessante. As coisas de cá, o que é de cá as Charolas, os não sei quê.</p>		
18	2:45:52.0 - 2:49:39.9	Acho que devia de haver um organismo dedicado a esta estratégia, que é percebê-la, estudá-la, conversar com pessoas que podem saber, reunir o máximo de informação e depois escolherem	ESPR14	9.

		<p>as pessoas que sabem transformar isso no terreno e criar um projeto que engloba tudo. Não podemos ir por partes tem que englobar um todo, a gente pode ir com remendinhos aqui e remendinhos ali, mas o que tem sido feito até agora foi valorizar a marina, se são habitantes aqui não sei, mas há clientes para isso, tem sido valorizar a zona do hotel que acho muito bem que já há pessoas com fartura. Mas aqui em baixo a única coisa que foi feita que bato palmas foi a tal rua que não sei bem o nome da rua, faço a minha vénia ao que foi feito lá e acho que o que foi feito lá devia ser feito em toda a zona histórica de Olhão, acabar com os carros, arranjar um bom parque de estacionamento, não é acabar com os carros porque não gosto de carros, a gente precisa de carros, é criar condições para um parque de estacionamento. Ah, mas um parque de estacionamento aqui tem lodos. Mas minha srª fizeram o canal da Mancha, os carros passam lá por baixo. Agora à pouco tempo em Amsterdão, lá numa zona de um canal pararam o canal num sítio, pararam no outro fizeram escavação para baixo, meteram 3 ou 4 pisos de estacionamento embaixo depois voltaram a abrir o rio por cima. Tu entras na borda do canal, vais com o carro lá para baixo, estacionas onde queres, estás a ver? Ah, mas isso custa muito dinheiro e a Câmara não tem dinheiro. Então, para que servem os financiamentos europeus? É nisso que eles estão à espera que as pessoas invistam, é nisso que a Europa está disposta a apoiar, mandam para cá carradas de dinheiro, sabem que o dinheiro vem para cá, sabem que o dinheiro se gastou e tem que se pagar, mas não sabem no que é que o dinheiro se gastou, estás a ver? Há uma falta de ideias incrível no nosso país, as pessoas estão tão entupidas com os telejornais, casas não sei quê mais, com Big Brothers que as pessoas não visualizam nada mais, é impressionante. Fico parvo com isto.</p>		
19	2:49:39.9 - 2:59:37.8	<p>Eu não conheço muito mas acho por exemplo que é uma altura do ano interessante, é simpática, com os efeitos nas ruas os Santos Populares é uma coisa que poderia ser feita, se calhar trazer alguma atividade para a avenida principal, descentralizar as atividades, já é feito lá um mercadinho, um bocado envergonhado e tal, devia ser feito um mercado de artesanato, continuo a dizer também não é um artesanato, infelizmente é aquilo que é mas devia ser extensível a objetos um pouco mais sofisticados da própria cultura para não deixar morrer como</p>	ESPR14	10.

a cestaria e coisas dessas e eventualmente misturar com um mercadito de velharias, coisas com uma certa piada. Eu acho que isso poderia fazer parte. Em termos culturais também não conheço muito profundamente a única coisa que sei é dos Santos Populares e das Charolas. Antigamente nas províncias havia, em função da estação do ano, havia festas, festa da nossa srª da não sei quê, festa dos Santos Populares, festa em setembro, outra por causa das vindimas. Havia um certo ritmo popular, convívio das pessoas, acho que fazia todo o sentido para as pessoas se conhecerem, acho que deveria ser mantido, mas não em contínuo como eles fazer na frente, vai tudo de rajada isso sou completamente contra. ((Museu, chalé, igrejas)) borrifava-me nisso tudo é a cidade em si, o centro histórico é a melhor experiência que se pode ter. Havia uma coisa em Nova Iorque *Sound Walk*, passeio do som o que era, escolhes um sítio que queres visitar da cidade, compras o Cd traz uma explicaçãozeta e tal e aquilo aconselha-te a estar às tantas horas num determinado local e dai partes, metes aquilo nos teus ouvidos, ligas aquilo e segues as instruções que aquilo diz e aquilo leva-te a sítio de abrir a boca que tu nunca irias ou julgarias ou imaginarias que existem. Portanto, aquilo leva-te a experienciar a conhecer uma parte da cidade que até eram acompanhadas de som de filmes, lembro-me que passava em frente a uns armazéns, ele dizia está na rua tal a tantas horas, caminhe ao longo da rua em direção à casa vermelha, olha para a sua direita, começa-se a andar, em frente ao nº 17 pare entre lá dentro, descobres que é uma lojinha de não sei quê, ela diz logo é do soundwalks, quando ia a passar numa zona onde antigamente havia os gangsters e os gangs e aquela coisa toda era baseado nos filmes da família Corleone, com o Robert de Niro houve uma saga há uns anos, ouvia-se aquelas vozes, tinha o nome onde foram feitos os filmes. Falando dessas explicações levou-me a sítio de artistas incríveis, levou-me ao estúdio de gravação não é o Bob Dylan é outro de renome, levou-me ao centro de boxe onde havia criancinhas a fazer boxe, fazia 3 vezes o tamanho do mercado, com ringues por todo o lado, senhoras a praticar boxe, com uma fotografia do Mohamed Ali foi a zona onde ele se treinou o Mohamed Ali, um sítio famosíssimo, mas para entrar lá se visses o aspecto daquilo à entrada um bocado sujo e põe logo música de suspense, leva-te aos sítios sem os conheceres, sem estarem afixados, sem publicidade mas faz uma vivência daquela parte da cidade, descobres uma zona que tu de outra maneira não conhecias e achei aquilo uma ideia brilhante. E a gente aqui assim não quer dizer que vamos fazer aqui o mesmo, mas há pequenos percursos, aliás a APOS houve uma altura que procurou

		explorar essa coisa como ir à igreja para ver por cima Olhão, e fazer isto e aquilo, essas ideias, tudo o que é contributivo, mesmo na população são ideias gratuitas e que às vezes funcionam, não quer dizer que todas funcionem, mas é bom ouvir as pessoas, a criatividade das pessoas, deixá-las envolver nestes projetos, elas terão muito mais orgulho e autoestima por participar nisso. Não há uma receita específica do que é o turismo mas é dentro desta filosofia toda que estivemos a conversar.		
20	2:59:37.8 - 3:01:17.4	Não avalio e acho isso é uma perda de tempo. Não faz sentido, a oferta cultural acho que sim, temos cá um auditório, trazerem coisas para a população, mais para a população do que para o turista. O turista tem melhor do que nós nos países deles, oferta cultural aqui vamos dar espetaculozinho para eles, não vale a pena a malta toda que vem de Londres tem milhões de espetáculos por ano melhores do que os nossos. Não vale a pena estar a dar coisas que as pessoas sabem, temos que dar aquilo que é nosso, faz parte da cultura portuguesa ter espetáculos de rua, teatro se calhar em Lisboa faz sentido ter as revistas, no Algarve não faz, aqui as pessoas vêm para comer peixe, para terem sol, para apreciarem a arquitetura e pouco mais, para terem sossego.	ESPR14	10.1
23	3:04:58.0 - 3:07:42.0	Quando as pessoas começaram a vir para aqui não foi pela primeira fatia que disseste foi pela segunda, ou seja, não vieram pela cultura, vieram mais pela arquitetura que é um pouco o espelho da cultura, quando olhas para um determinado tipo de arquitetura dizes estes gajos aqui são inteligentes, normalmente associam sempre isso ao município, esta câmara aqui tal tal. Tu vais a Viana do Castelo aquilo é lindíssimo, está tudo bem ponto final. A única casa que vi em Viana do Castelo que tinha alumínio era uma casa que estava mais ou menos abandonada e depois perguntei lá num sítio que até julgava que era a Câmara mas não era a Câmara, ali está uma casa mas as próprias pessoas já disseram que querem mudar, as pessoas têm orgulho a pôr aquilo em madeira como era antigamente, Viana do Castelo tem a minha vénia e aquilo não tem praia, não tem nada e em termos de turismo está sempre a rebentar. Portanto, acho que passa primeiro pela zona histórica, quando vais a Santorini, as fotografias que vês não é das festas, não	ESPR14	11.

		é dos concertos isso é em Ibiza, é a arquitectura, as pessoas vão lá por causa daquela vila que é assim, a vista que têm da vila, as casas são todas brancas, as cores, é isso, é o primeiro passo.		
24	3:07:42.0 - 3:09:46.9	Não. Se copiam coisas de outros lados como é que se querem apresentar como inovadores? É tudo copiado, eu próprio também copio, as pessoas também, nós vivemos numa constante cópia do melhor da informação que recebemos antes, é condicionada pela nossa psique que depois é transforma numa cópia, às vezes pode-se transformar numa coisa completamente diferente, mas é sempre um passo seguinte de um passo anterior. Às vezes as cópias são melhores ou piores, mas é difícil fazer alguma coisa de novo. A própria cidade cubista aqui a gente acha, realmente em termos do nosso país é completamente novo, seria uma coisa extraordinária se não houvesse em mais lado nenhum do mundo, mas chegas aqui a Tanger dizes que estás em Olhão, mais ou menos, quase todas as cidade marroquinas têm o aspecto de Olhão, os terraços, não têm telhados, portanto as pessoas não vêm por nada do que lhes é oferecido, vêm cá por aquilo que cá está querem descobrir o que é daqui. As pessoas fazem um esforço terrível para mudar o que é daqui, mas pronto o que é que a gente pode fazer?	ESPR14	12.
25	3:09:46.9 - 3:13:56.1	Acho que toda a gente deve participar mas deve ser chefiado por uma pessoa única que deve estar muito fortemente ligado 1 ou 2 ou 3 pessoas ligadas ao património arquitectónico e cultural. Todos os setores devem participar, é uma experiência que tem de ser vivida a todos, o turismo não é só para alguns, toda a gente vai ter de estar envolvida.((Operacionalização)) Isso deve ser chefiado por uma equipa por de um 1 ou 2 ligados ao património, sensíveis ao património, historiadores, pode ser uma equipa chefiada por um arquiteto, um historiador e um sociólogo, o arquiteto é o que eu digo sempre, um arquiteto que seja sensível ao património, não é qualquer arquiteto que serve para essa função. É como ter um problema num pé, não vou ao médico oftalmologista, há que saber o que tem de ser feito. Acho que isso é o principal e depois de aprovar um projeto e perceber qual o objetivo que se pretende atingir ao saber preparar convenientemente a integração da população com apresentações inteligentes que	ESPR14	13.

		<p>mostrem bem aquilo que se prende atingir e que toda a gente se veja identificado nesse objetivo e aí toda a gente vai compreender que não faz sentido ter isto aqui, vai sempre haver controvérsia, mas elimina-se muita coisa pelo caminho, consegue-se chegar a um nível de concordância superior que muitas vezes fazendo as coisas sem a participação da população o que se vai criar é um agravamento dessa relação e politicamente não é interessante nem socialmente, penso que englobar a população nessas coisas a gente descarta de responsabilidades é uma responsabilidade total e não a responsabilidade da pessoa que achou que aquilo devia de ser assim, percebes? Ao haver um modelo participativo todos estamos co-responsabilizados, todos compreendemos o objetivo, vamos todos criar para ele e funciona, quase que as pessoas se policiam umas às outras.</p>		
26	3:13:59.6 - 3:23:21.2	<p>O turismo cultural se é para conhecer a vila a vila de Olhão não tem a bem dizer ex-libris, a própria vila em si é um ex-libris, não tem uma torre Eiffel, não tem uma torre de Londres, não tem isto, não tem aquilo, não tem um ou outro elemento que são elementos chave daquela cidade, a gente quando fala em Lisboa imagina qualquer coisa a praça do comércio, quando imagino o Porto vejo logo a ponte Dona Maria, a baixa e tal, quando se fala em Olhão a única que me vem à ideia é a fisionomia das casas, não vejo mais nada, eventualmente a indústria pesqueira, de resto é esta morfologia. Tem as ilhas, têm feito uma pressão enorme para passar para a mão dos investidores, dos dragões. (...) não vale a pena criar um turismo cultural porque o turismo que vem aqui não vem à procura de cultura, cultura no sentido de dizer coisas ex-libris, não vem à espera de uma torre Eiffel, os franceses gostam muito de cultura, a Urla são uns alemães foram ver a capela do Siza não sei aonde, a seguir foram ver não sei o quê feito pelo arquitecto não sei que mais, são uns fulanos que vêm à procura daquelas coisas específicas da arquitetura. Mas depois é giro tiveram uma reunião aqui no (...), são um grupo de uma revista que faz alojamento local mas só com obras de arquiteto, as pessoas que vieram umas eram arquiteto outras eram proprietários das casas que alugam naquele circuito de quem procura só porque há quem quer ir só para casas com design de arquitetura feitas por arquiteto. Eles vieram porque aqui também, a minha cunhada é alemã e lembrou-se meter a gente lá na revista ou de os convidar a vir se eles aceitavam. Quando vieram ficaram embasbacados com isto, começaram logo com marcações, já queria que eu fizesse projetos não sei para onde, com a minha</p>	ESPR14	14.

		<p>ignorância e com os meus limites, acabaram por gostar disto, normalmente são pessoas que gostam de projetos mais arrojados, eu não chamaria arrojados, mais ácidos, mais frios porque é um bocado a consciência alemã, sabes? Acho que o aeroporto de Bono o aço inox, os cinzentos tudo muito geométrico, não há conforto, não é redondo, não é fofinho, é muito austero, isso a mim não me diz nada, não é arquitectura que eu estou virado, e alemão no fundo, no fundo, no fundo ele também é um romântico, por isso é que tiveram o Wagner e outros compositores e quando eles vieram aqui adoraram isto porque é diferente de todos os projetos que eles têm lá, porque só têm projetos desses arrojados e este é um projecto nem sequer é uma coisa criado com o meu próprio ego, é uma coisa criada do interculturalismo só isso. O que está reproduzido aqui no fundo podemos dizer que os pátios que há em Sevilha, nos países andaluzes de influência árabe em Portugal não sei porque desapareceram quase todos. Os sevilhanos também não dão muita importância, há um que é uma loja que eles não vêm as colunas maravilhosas e têm isto cheio de sacos e porcarias, bom enfim. Acho que o turismo cultural aqui não faz muito sentido, deixar as pessoas virem, descobrirem-se elas mesmo, poderem usufruir do silêncio, paz e tranquilidade que é o que as pessoas procuram nas férias, observar as coisas naturais, os passarinhos, os flamingos que às cruzam aqui a caminho do Parque e é a vivência com os naturais, é isso que as pessoas procurar, num canto de uma rua a ler um livro e passa um pescador ou passa um indivíduo com aquelas características um bocado estranhas e estas pequenas coisa são o dia a dia, não é fantasioso, é real são os filmes de Fellini e isso é um turismo especial, o cliente que nós temos trazido aqui é esse cliente que gosta de ver, ele até gosta de se misturar, tenho aí holandeses quando digo que aqui também há holandeses ficam logo todos coisas, querem é portugueses, queremos é as pessoas daqui, a velhota com o lencinho na cabeça, tirar fotografias aos velhotes, é uma coisa impressionante e é esse tipo de turismo que Olhão tem de procurar. Porque o turismo de pé na praia, de virem com a mesa da cozinha para dentro de água é ali em Albufeira, Lagos, Portimão, essas zonas todas.</p>		
28	3:28:54.5 - 3:29:27.4	<p>Eu gostaria de dizer que às vezes não fazer é tão bom como fazer, ou seja, existe uma grande correria para fazer desenvolver o turismo mas o caminho não é fazer, às vezes é saber desfazer o que está mal feito, para atingir um bom turismo é a manutenção e autenticidade. Manutenção para as coisas terem sempre bom aspecto pode ser uma camisinha velha e rota, mas se ela</p>	ESPR14	15

estiver cozidinha, lavadinha, passadinha a ferro a gente parece um doutor, se as ruas estiverem limpas, também não podemos passar a responsabilidade só para a câmara, temos que saber consciencializar a cidadania, e dizer meus amigos, a gente faz um esforço metemos caixotes do lixo, fazemos isto, fazemos aquilo mas digam-nos lá o que é que querem que a gente faça mais que a gente faz, mas atenção não somos criados da população, a população tem que ser suficientemente inteligente, capacitada, limpa, arrumada e não sei que para nos ajudar. Se eu fosse presidente deste país em termos de território uma das coisas que eu faria já era todo o proprietário. não importa que tipo de parcela ou de terreno que for junto a uma estrada a frente dele com a estrada tem de estar limpa e é da responsabilidade dele e aplique multas a quem não limpar. Está tudo à espera que a Junta Autónoma de Estradas que ande a limpar estradas, a limpar o lixo e a corta ervas a fazer isto e a fazer aquilo, é pá porque a gente paga impostos para isso, pague-se menos impostos mas que isso passe para a mão do privado como obrigação. As pessoas têm sempre a tendência: “Ah sr. Presidente da Câmara isto está tão sujo, isto tem tantas ervas”, mas não faz nada para limpar. As pessoas têm de ser participativas mas isso passa por a gente saber educar as pessoas para ter esse tipo de resposta, se a gente está há espera que aprendam por elas próprias esqueçam, a maior parte deles nem foram à escola e até fugiam à escola por isso a gente tem de saber ter paciência, informar as pessoas e levá-las ao nosso moinho, levar a água ao nosso moinho.

ESPR 15

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 2:17.1	Não sei o que dizer, o meu sustento, por isso claro para mim pessoalmente é importante ter o hotel boutique. Por outro lado, acho que é bom que as pessoas estejam interessadas noutras culturas e conheçam outras culturas e conheçam outras formas de viver. Acho que o turismo ajuda a compreender as diferenças globais e dessa forma talvez ajude a reunir as pessoas, em geral acho que tem muitos aspectos positivos.	ESPR15	1
3	3:06.1 - 4:19.2	Para mim pessoalmente gosto de Olhão porque o turismo não é tão dominante como noutros sítios no Algarve, Olhão é uma boa mistura de cultura portuguesa, de vida portuguesa junto com o turismo e acho que é a mistura perfeita, e pode-se ver isso em especial no inverno quando há menos turismo Olhão continua a ser uma cidade viva, enquanto que outras cidades são mais silenciosas e mortas durante o inverno. Nesta fase é uma boa mistura pessoalmente gostaria de manter assim, mas acho que estamos a fazer crescer o turismo em Olhão, no futuro irá crescer e depois vamos ver o que acontece.	ESPR15	1.1
4	4:19.2 - 5:21.4	O desenvolvimento sustentável acho que tem que ver com manter ligado às raízes portuguesas da cidade e não dar tudo pelo turismo, por exemplo, em termos de habitações, propriedades, seria perfeito ter uma boa mistura na cidade entre os habitantes portugueses e os turistas, não é sustentável se o turismo domina a cidade, porque no inverno não há cidade. Para mim sustentabilidade é manter a ligação às raízes portuguesas.	ESPR15	2.
8	9:39.9 - 11:18.0	Bem, os desafios que Olhão não tem assim tanta cultura, acho que nos devemos concentrar mais na natureza, Ria Formosa, não há assim tanta cultura, claro que sei sobre os edifícios, a arquitetura, a cidade cubista, mas não tenho a certeza se podemos trabalhar a partir daí. Não ligo Olhão a cultura, talvez mais tarde mas neste momento não. Gostaria que o desenvolvimento de Olhão significasse o desenvolvimento de Pechão, Quelfes, Moncarapacho e Brancanes, há campo também, vamos ser pacientes e positivos.	ESPR15	3.

10	12:34.9 - 13:32.1	Sim, considero que em geral tem desenvolvido de forma sustentável, porque não está a desistir de tudo pelo turismo, o turismo está num bom nível, pode subir um pouco mais, não somos Albufeira, somos uma pequena cidade que convida os turistas e isso é bom. É possível ver agora em termos de Corona a cidade está viva mesmo que não tenhamos turistas de fora, acho que isso é muito positivo.	ESPR15	4.
11	13:32.1 - 14:22.3	A indústria da pesca, a natureza, o mercado ao sábado de manhã, boa comida, bons restaurantes, é isso.	ESPR15	5.
14	17:30.7 - 18:44.1	Não sou especialista em turismo, para ser honesto, não sei o suficiente sobre estratégias. Mas em termos de <i>marketing</i> acho que Olhão tem alguns pontos fortes que deveríamos trabalhar mais, e eles são: as pessoas, a comida e a natureza e acho que são os 3 que devíamos trabalhar, e claro a cidade cubista mas não tenho a certeza se isso irá atrair pessoas, não vens para Olhão para ver as casas, é bom, mas não é uma atração, eu acho.	ESPR15	6.
15	18:46.2 - 20:19.5	As ilhas, claro, quando temos convidados mandamos sempre irem para as ilhas e têm sempre um dia fantástico ou dias, é algo único e muitas pessoas não sabem sobre isso. Mas também penso o marisco e nível dos restaurantes é bom e devíamos trabalhar mais com isso, e também talvez o cerro onde há a calçada romana, há muita natureza, passeios, há muitos pontos bonitos no interior. As pessoas não gostam de ser diferentes, gostam de saber o que podem esperar em geral, não tenho a certeza se ser diferente será uma boa estratégia. Desde que seja usado na forma certa pode ser, ser diferente não é por si só uma atração porque os turistas querem ver coisas diferentes mas não querem ir no desconhecido. Ser diferente pode ser, mas acho que Olhão devia explicá-lo melhor para que seja claro o que as pessoas pode esperar. Acho que há muitas coisas sobre Olhão que as pessoas desconhecem, uma amiga minha vive em Vale do Lobo há 20 anos e veio a Olhão pela primeira vez em 20 anos e ficou surpreendida, é uma boa cidade, com as ruas e ruelas, ela vive no Algarve há 20 anos, as pessoas não sabem o que esperar de Olhão, acho que devemos ter mais cuidado com o que oferecemos.	ESPR15	7.
16	21:56.9 - 23:48.4	É muito importante, claro. Como é que eles voltam depois de um dia na praia, e voltam para o hotel e vêm muito contentes. as experiências ligadas às pessoas, estou hesitante, mas Olhão tem	ESPR15	8.

		<p>peças tão boas e acolhedoras, acho que isso é o que as pessoas vão falar mais tarde, não é sobre o passeio de barco até à Armona mas sobre o tipo simpático no restaurante na Armona. O contacto dos turistas com os locais é importante para Olhão, porque é dos pontos fortes que temos.</p>		
17	23:48.4 - 26:19.8	<p>Acho que pessoalmente ajudaria se houvesse mais, por exemplo, a que horas é que o barco vai para a Culatra, é sempre difícil encontrar online, não há uma forma simples de ver todos os barcos e horas que saem, temos sempre que ver se é inverno, verão ou primavera, são 4 barcos para a Culatra ou são 6, coisas tão simples são muito difíceis, nós achamos enquanto hospedeiros, mas para turistas também e acho que informação simples e acessível sobre coisas que estão disponíveis realmente ajudaria. Como restaurantes, é sempre difícil saber quais os restaurantes fechados no domingo, quais são os que estão abertos na segunda, onde estacionar, envios para Olhão e vão encontrar um sítio para estacionar, mas é sempre difícil e ainda não encontrei um sítio na internet com as coisas que podem fazer.</p> <p>Não sou muito crente em Apps, mas vejo que os nossos clientes não vão descarregar uma App porque só estão cá por alguns dias, mas talvez uma página web, ou nos grandes mupis, nos painéis eletrónicos no centro de Olhão, podem ser usados muito melhor com informação.</p>	ESPR15	9.
18	26:19.8 - 29:23.7	<p>Acho que temos uma história fantástica das conservas, não é alta cultura, mas eu gostaria muito de ver algo, como em Portimão há o museu das sardinhas, não sei mas Olhão poderíamos fazer algo assim e usar mais essa história, porque é a história do mar, a história da pesca, muitas pessoas de Olhão acho que seria ótimo ter algum tipo de experiência sobre a indústria das pescas e da indústria das conservas, de fato a arquitetura é também interessante, talvez mais passeios guiados para ver os diferentes tipos de casas, eu gostaria. Há um percurso das 7 estátuas, das lendas, mas talvez pudéssemos fazer mais percursos, até fora dos bairros e ver mais arquitetura cubista, passeios pedestres.</p> <p>(Devia ter um museu como Portimão) mais atualizado, com mais experiência. Quando temos clientes e querem aprender mais sobre a vida aqui não temos muitas opções e mandamos para a fábrica da cortiça em São Brás e para o museu das sardinhas em Portimão, é isso. É bom ter mais sobre história, e tenho a certeza que seria uma ótima forma de incluir os olhanenses mais velhos onde eles podia falar sobre as suas vidas, as suas experiências, e quando iam à pesca,</p>	ESPR15	10.

		podem falar só em português eu entendo mas de certeza podiam fazer algo sobre isso.		
19	29:23.7 - 33:04.8	Para mim é sempre difícil a palavra sustentável nesta frase. Claro que é importante criar experiências sustentáveis, quem contesta? Acho que Olhão pode trazer mais cultura sustentável mas pode funcionar com o que temos, não se trata de inventar coisas culturais novas, temos a indústria da pesca, temos as ilhas, temos a arquitetura cubista, acho que devíamos trabalhar com isso e não criar uma experiência diferente porque o turista quer. Vivi na Holanda muito tempo e nunca fui um turista na minha cidade, quem faria isso? Até aqui no Algarve os meus clientes já viram muito mais do que eu, nunca fui à ilha da Fuzeta e vivo aqui há 4 anos, porque no verão não temos tempo com todos os clientes e no inverno não se vai à ilha da Fuzeta, como local não fazes as experiências culturais, acho que isso não é o objetivo, é mais para os turistas mas deve envolver os locais, tal como os passeios guiados. Em Faro há os passeios pedestres, todos os dias começa às 10h e às 16h e é dada por estudantes voluntários, durante 2h e contam muito sobre a história da cidade e os turistas pagam uma quantia voluntariamente, assim ganham algum dinheiro. Acho que Olhão tem muitas pessoas voluntárias que podiam guiar passeios, contar a história da cidade, teria que falar línguas, mas acho que é assim.	ESPR15	10.1
22	35:45.3 - 37:59.8	Acho que não há escolha, são ambos importantes não é ou. Muitas pessoas não sabem o que Olhão tem para oferecer e quando vêm ficar connosco é porque procuram alojamento e encontram o nosso sítio e gostam e vêm e nós dizemos o que há para fazer, vão ao lagar Monterosa, vão às ilhas e depois ficam surpreendidos com a oferta, positivamente surpreendidos, é esta a ordem, primeiro vêm ter connosco e nós explicamos o que há para fazer na zona nunca é o contrário, porque pergunto sempre fizeram alguns planos, há algo que querem ver, eles dizem não, viemos ficar aqui, tu diz-nos o que há para fazer. A ordem é primeiro bom alojamento e depois o resto segue.	ESPR15	11.
23	37:59.8 - 39:18.5	Sim, claro penso que é totalmente único. Acho que Olhão é a mistura perfeita, não perfeita mas a mistura de cultura portuguesa e boa acessibilidade para turistas, não perdeu o charme, o charme português ainda é uma cidade portuguesa, mesmo a Fuzeta num dia agitado é Portugal e se fores a Albufeira num dia agitado ou Portimão podia ser em qualquer sítio, podia ser na Espanha, na Grécia, Creta, e Olhão é muito português e isso é único e é bom.	ESPR15	12.

24	39:18.5 - 41:28.6	<p>Hesitei um pouco porque se deixares o setor privado decidir demasiado não é uma coisa boa, claro que o setor privado deve ser envolvido, mas o setor público deve equilibrar entre o que se deve fazer e não se deve fazer, mas não ouço nesta lista é o turista, e acho que também devem ter voz, claro para isso têm o questionário, para perguntar aos turistas, mas talvez os possas também envolver de alguma forma, acho que o setor público deve liderar. Não tenho a certeza se entendo o que são associações. Sim, mas acho que deve haver um líder e seria o setor público, tal como referi tenho a sensação que há muita fragmentação e acho que isso é parte de incluir todos no processo, talvez deva haver mais um bom foco na estratégia e depois as associações e o setor privado podem apoiar numa fase mais tardia, não numa fase inicial de decisão.</p> <p>((operacionalização)) todos, as associações são importantes, setor privado é importante até as pessoas da comunidade, habitantes de Olhão são todos importantes.</p>	ESPR15	13.
25	43:19.2 - 45:00.4	<p>Estou a pensar na Recreativa que é uma associação cultural onde têm concertos e assim, na avenida da República, talvez para a cultura as associações podem ser mais importantes, não sei se a Câmara sabe sobre tudo o que acontece. Para mim é difícil responder a esta questão, talvez as associações devam ter um papel aqui com a comunidade.</p> <p>((Operacionalização)) Deves ter um plano de ação forte e dinheiro e não acho que as associações estão aptas para fazer isso, acho que o setor público deve trabalhar em cooperação com as associações.</p>	ESPR15	14.
27	46:40.6 - 49:19.3	<p>Tal com eu disse não sei como, mas acho que nós estamos a focar demasiado no centro de Olhão, Olhão tem muito para oferecer, sugiro que se incluía Fuseta e Moncarapacho, não acontece muito em Moncarapacho, eu sei disso, e nada acontece em Pechão, é claro, mas também fazemos parte da Câmara de Olhão e deve haver formas de nos incluir de alguma forma, não esquecer as juntas de freguesia que também fazem parte de Olhão. O lugar Monterosa em Moncarapacho é lindo, devia ser incluído, a Fuseta a praia, a ilha são muito bonitas, Pechão quando se trata do inverno percursos pelas amendoeiras em flor, há muito para ver, não é só um metro quadrado no centro de Olhão, há muito mais do que isso.</p>	ESPR15	15.

ESPR 16

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:26.0	Para mim o turismo é acolher visitantes e partilhar com eles a cultura, tradição, hábitos locais, é um bocadinho isso, mesmo para mim quando faço turismo é nesse sentido. Ir à procura do que fazem noutros países, como é que as pessoas vivem, hábitos locais, é à volta disso. Ir à procura de conhecer outros locais. Tem um papel importante porque pode gerar emprego.	ESPR16	1.
3	3:08.7 - 3:38.4	Acho que o hotel cinco estrelas que foi construído em Olhão há uns anos foi o grande impulsionador para trazer mais turismo para Olhão.	ESPR16	1.1
4	3:38.4 - 4:07.4	É um desenvolvimento a pensar no futuro, que nós vamos criar uma infraestrutura de apoio ao turismo, ou pôr mais barcos na Ria na zona de Olhão isso tem que ser um desenvolvimento sustentável em termo de natureza, de proteção, primeiro sustentabilidade pensada no futuro e ao mesmo tempo algo que perdure ao longo do tempo. É um bocadinho um misto dos dois, pensar nas gerações futuras e basicamente é isso. Que se desenvolve, pensa, colabora e não prejudica.	ESPR16	2.
8	10:11.1 - 11:21.3	Em termos culturais aí acho que há trabalho a fazer Olhão tem coisas importantes que se podem vir a transformar em atrações turísticas que neste momento não são ou espaços que não estão a ser dinamizados, por falta de verba, é sempre a mesma coisa. Em termos culturais Olhão já tem muito mais coisas hoje em dia do que tinha antigamente, mas acho que ainda tem mais potencial, podem vir a ser criados espaços de galeria ou degustações.	ESPR16	3.
10	12:53.4 - 13:48.8	Acho que sim. A partir do momento em que o mercado de Olhão começa a ter mais expressões do que o mercado de Quarteira e o mercado de Loulé como era antigamente e começa a ver autocarros e autocarros ao sábado de manhã fora os residentes estrangeiros que também gostam muito de ir lá começa-se a perder um bocadinho o autêntico. Mas mesmo assim acho que tem conseguido manter.	ESPR16	4.
11	13:52.4 - 14:38.4	Conserveira, Ria, salinas, mercado, história, a parte do grande evento de 1808, a arte digamos	ESPR16	5.

		assim, essencial para alguns artistas espalhados por Olhão, pintores, músicos. Obviamente a pesca e pronto restaurantes muito bons.		
14	17:53.1 - 19:02.0	Não dou muito por isso, por isso há um longo caminho a percorrer nesse sentido, por exemplo quando decidi incluir Olhão (...) foi por ser ainda pouco divulgado. A mim dava jeito que continuasse assim, também não tem capacidade para muita gente.	ESPR16	5.1
15	19:02.0 - 20:47.0	Qualidade primeiro, neste momento não precisa de mais visitantes, quer dizer apesar do destino poder dizer que sim, a autarquia pode dizer que sim, mas precisa de qualidade para além dos mercados é muito fraco, tens os mercados, a igreja os restaurante, mas nunca é um sítio onde o turista vá passar mais do que duas horas. Apostar na criação de produtos turísticos, degustações mas espaços maiores, acho que Olhão tem falta de dois ou três espaços maiores para receber grupos de visitantes.	ESPR16	6.
16	20:47.0 - 22:17.3	A população local é muito ímpar, é muito única, ter uma população que ainda vive muito da pesca e é muito tradicional. Também os mercados, a maneira como estão feitos, as ruas, toda aquela zona que está a ser agora requalificada, os bairros da Barreta, o próprio percurso das lendas é um percurso interessante. Mas manter toda essa autenticidade, há muitos locais que eu também desconheço alguns, porque não é possível ir visitar um ou dois ou três pescadores que estão a fazer redes ou esse tipo de coisas. Aquilo tem uma doca de pesca enorme onde se podia fazer qualquer coisa ou então ir visitar um barco de pesca daqueles maiores, ver como é que aquilo funciona sei lá, combinar com outras coisas, enquanto umas pessoas vão ver os mercados as outras podem ir ver um barco, são coisas que estão agora a vir à cabeça. Pode apostar mais nas tradições locais, fazer o levantamento do que há, o que é que ainda se pode dinamizar, um pouco à imagem do que São Brás fez.	ESPR16	7.
17	22:17.3 - 24:59.6	A nível económico, pode trazer mais receita e traz mais receita para o destino, para Olhão, mais empregos, maior autoestima, porque a questão da autoestima das pessoas também é muito importante, se calhar é uma forma de fixar as pessoas em Olhão e não fazer com que a população mais jovem tenha vontade de sair. Um impulsionador económico. O turismo é um motor de desenvolvimento sem dúvida. Agora que isto parou tudo, parou tudo. Se houver	ESPR16	8.

		turismo em Olhão os restaurantes não-de funcionar muito melhor, apesar dos locais e os algarvios já lá irem muito, se houver turismo em Olhão vende-se mais, lá está se houver mais turismo em Olhão há mais casas que se vão vender também. Se Olhão tiver condições para receber o turismo, não é só individual de nichos, um pouco mais de massas, quando digo massa é ter capacidade para receber autocarros, e já tem, já começa a ter.		
18	28:04.1 - 30:51.2	Ligar as experiências a algo local. Olhão tem uma história e sempre esteve ligado a determinado tipo de práticas, de atividades a nível da indústria pesqueira, eu não sei se calhar há outras coisas que se podem explorar, isto é o que eu exploro, quando o meu cliente vai a Olhão é para ver os locais, para visitar uma galeria local e fazer uma pintura de azulejo, para provar conservas que são feitas ali e que onde também é sensibilizado a ver um vídeo para perceber que da Docapesca até o peixe entrar na fábrica é uma questão de poucos minutos, nem chega a dez minutos. A experiência tem que ser enriquecida quando ela é cruzada com gastronomia local, ou com a prática de um artesão se houver lá. Olhão tem muito boa gastronomia, tem bom marisco, isso pode fazer parte de roteiros gastronómicos do Algarve, em termos da Ria, os passeios na Ria Formosa também são de interação com a própria Ria o Parque Natural perceber o que é aquilo, a importância daquilo. Ainda não consegui experiências com pescadores mas também ainda não fui à procura. Uma forma de enriquecer a experiência turística é cruzando sempre com hábitos locais porque há muitos em Olhão não é preciso inventar nada.	ESPR16	9.
19	30:51.2 - 34:16.6	Há um sítio que queria visitar já há algum tempo, há concertos e que não sei o nome ((Recreativa Rica)) e podia ser dinamizado para receber eventos, fazer refeições, às vezes as pessoas querem fazer jantar temático maior e isso falta em Olhão. Olhão tendo ali o hotel Real Marina, que está muito virado para congressos, tem muitas salas para reuniões é necessário ter dois ou três sítios de apoio para o cliente não ficar sempre no hotel e ao mesmo tempo não seja necessário alugar um autocarro para deslocar para outro sítio para fazer um jantar, um cocktail, um apresentação de alguma coisa. Não conheço muito a sala de teatro de Olhão mas o turista não vem para isso. Sei que há pintores e artistas ligados à pintura também se calhar também se podia puxar por isso.	ESPR16	10.
20	34:16.6 - 35:18.0	Não dou muito pela oferta cultural, não estou por dentro da agenda cultural de Olhão. É sempre	ESPR16	10.1

		possível reinventar mais alguma coisa, mas depende de como a cidade cresce.		
23	36:36.6 - 38:19.2	Olhão tem estado a crescer muito a nível do alojamento local, talvez falte mais um ou dois hotéis em Olhão, em termos de transportes não tenho muito a noção da rede de transportes se está bem servida ou não. Em termos de acessibilidades temos que passar sempre pela 125, faz parte de chegar a Olhão e sair de Olhão. A zona do mercado foi requalificada, acho que fizeram um bom trabalho, mas uma coisa tem de ligar à outra. Se andar três horas à procura de estacionamento não vou visitar esse local.	ESPR16	11.
24	38:19.2 - 39:11.6	Sim, completamente. Há coisas que não se encontra em mais lado nenhum. Tavira pode ser um concorrente de Olhão em certas coisas, mas tudo o que é contato com a Ria, ir ver os viveiros de ostras, os mercados, a indústria conserveira pode transformar Olhão num destino único.	ESPR16	12.
25	39:11.6 - 42:44.7	As empresas municipais mais para a vertente turísticas por um lado acelera as coisas por outro lado como já vi em vários sítios, Castro Marim teve uma, Loulé tem o Loulé criativo quando toca ao negócio em si não têm essa capacidade de comercializar e divulgar. Acho que tem de ser um misto de autarquia/município a criar os percursos por exemplo mas que depois possam ser comercializados pelos privados como as agências de animação turística ou agências de viagens. Se alguém conseguir concentrar a sua atenção no desenvolvimento dos produtos turísticos sustentáveis e exequíveis acho que é importante agora quem é que vai fazer desde que sejam coisas que perdurem no tempo, às vezes há coisas que começam e passado um ano já não existem, há empresas municipais que começam a desenhar algumas coisas mas vêm outros eventos e dá cabo daquilo tudo. O município tem de estar sempre envolvido, a Câmara tem de estar sempre envolvida, alguém tem de estar sempre porque senão não tens o ok para uma série de coisas, senão estás a criar produtos mas depois não é operacional.	ESPR16	13.
26	42:44.6 - 44:26.1	Se calhar mais associações são pessoas que estão mesmo ligadas à cultura local, uma associação aí já fazia mais sentido. A população tem de ser envolvida. Tens de ser tu a fazer uns Amigos de Olhão, uma coisa desse género que misture a população com uma organização por trás.	ESPR16	14.
28	45:24.3 - 49:25.2	Olhão já está num bom caminho, o trabalho tem sido bem feito, quem viu Olhão há seis anos	ESPR16	15.

atrás e quem vê agora, neste momento já dá para termos um produto turístico. Eu promovo Olhão e é um programa que não é difícil vender pela autenticidade que tem, por isso é trabalhar um bocadinho aquilo que existe, não o esgotar muito. No verão já é difícil trabalhar turismo em Olhão, essencialmente a nível de passeios de barco, que é uma coisa que está ligada a Olhão toda a gente quer sair de Olhão e ir ter uma ilha, apesar das ilhas quase nenhuma pertencer a Olhão elas estão muito ligadas a Olhão e aí já começa a haver alguma dificuldade. Eu queria alugar um barco em agosto, para 70 pessoas, e a alternativa que deram foi sair da Fuseta ou pagar um balúrdio por um barco privado.

Sobre o Covid o Algarve é Covid *free* mas vamos ver com a abertura das fronteiras e dos espaços aéreos, vamos ver o que vai acontecer este verão com os nacionais a vir para baixo, mas em Olhão não entra o bicho, correm com ele à paulada como fizeram com os franceses há uns anos.

ESPR 17

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:37.3	Pois, o papel do turismo é um papel essencial porque hoje em dia já ninguém, ou já praticamente ninguém, se contenta a passar a vida simplesmente a trabalhar. As pessoas querem ter algum lazer e pronto normalmente arranjam sempre maneira de ter um espaço na vida onde conseguem ter esse lazer e de fazer turismo normalmente é aquilo que é uma atividade a que se presta isso em que é lazer não é a trabalhar então penso que isso tem uma importância enorme na sociedade (...) em que as pessoas também se não tiverem esse lazer podem começar a ter outro tipo de problemas e outro tipo de dificuldades e claro este tipo de comportamentos e de atividades favorece a economia favorece, isto é, cria uma atividade económica que é muito interessante, em termos de fonte de rendimento para muita gente, como é óbvio. Basicamente é isso a gente pode-se alongar mas sei lá.	ESPR17	1
3	3:09.0 - 4:17.0	Pois o papel de turismo para o concelho de Olhão é também nesse aspecto porque há muitas questões que temos, que o concelho de Olhão tem que os olhanenses pronto, claro que já valorizavam, mas se calhar, não valorizavam assim muito, estavam, enfim como sempre teve ali e sempre andou por aqui nem lhe ligavam muito. Mas com a valorização que vem sendo prestada por aqueles que vêm de fora, isto acaba por ser mais evidente, isto realmente tem valor e com esse valor é quase um ciclo vicioso como se costuma dizer e pronto e isto acaba por valorizar tudo no concelho, inclusivo como é óbvio as entidades económicas.	ESPR17	1.1
4	4:19.1 - 4:48.4	Na minha opinião é aquele desenvolvimento que não põe em causa o futuro seja ela da atividade em que está envolvida e da própria sociedade que está à volta disso daquilo que se quer desenvolver.	ESPR17	2.
8	9:43.2 - 11:43.5	Em termos culturais são a tal descaracterização, ou seja, as coisas são diferentes completamente diferentes as coisas quando digo as coisas digo a gastronomia, a arquitetura, o <i>modus vivendi</i> das populações de uma sociedade que tem que simplesmente existe sem turismo vai fazendo as suas atividades normais e se passar a fazer as atividades baseadas para o turismo vir e só para o	ESPR17	3.

		<p>turismo vir ou praticamente para atrair turismo isto descaracteriza por muito que se tente manter tradições e tudo acaba por ser tudo um bocadinho de <i>show off</i> manter tradições que, enfim, são para inglês ver como se costuma dizer e é claro isso vai descaracterizar a cultura, as pessoas e o modo delas se relacionarem e de passarem o dia a dia e de viverem vai com certeza ser alterado, mas é a tal coisa eu penso que vai se o turismo passar daquele ponto em que eu volto a dizer em que há conta peso e medida porque uma coisa é o desenvolvimento de turismo sustentável, claro que tem de ter limites até determinada pontos e questões a coisas que tem de haver limites e outras que simplesmente se for insustentável se se desenvolver turismo de uma forma insustentável terá esses problemas na sociedade.</p>		
10	11:50.6 - 13:59.1	<p>Não. Infelizmente não. O exemplo disso é a sobrecarga que está a existir na Ria Formosa, eu não estou a dizer que se calhar em termos de alojamentos não estou ainda a ver grande problema penso eu que ainda não chegámos ao ponto de já estar a desenvolver de uma maneira demasiado em termos de alojamentos mas, por exemplo, estou a ver a Ria, a Ria está massacrada todos os verões com embarcações para trás e para a frente, um barulho nas águas uma agitação nas águas uma poluição e outra coisa muito importante que normalmente não é falada mas o Parque Natural já várias vezes alerta para isso é a ondulação que cada embarcação que anda na Ria produz ondulação, a ondulação especialmente durante os períodos maré cheia não a coisa não é muito mas durante os períodos mais baixos essas ondas dão nos cabeços os cabeços tem aquelas zonas de algumas são mesmo lama, lodo e aquilo a ondulação ao bater lá vai degradando vai, vai, vai e depois aquilo o <i>habitat</i> fica completamente diferente as coisas são completamente diferentes. Portanto, este incremento de pressão humana, especialmente no verão, mas nota-se já no ano inteiro na Ria Formosa está a ser já, passou e ainda não tem limite nenhum portanto, eu já considero isso insustentável.</p>	ESPR17	4.
11	14:02.9 - 14:51.4	<p>Pois, são as imagens ligadas à paisagem natural e às zonas ainda pouco afetadas na natureza pouco afetadas pelo homem ou pelo menos pouco degradadas ainda afetadas elas já estão, praticamente não temos paisagem nenhuma que não esteja afetada pela ação humana mas ainda pouco degradadas enfim e isso quando penso penso nisso penso no valor ambiental, paisagístico e natural que este concelho ainda de alguma forma ainda vai tendo.</p>	ESPR17	5.

14	20:13.1 - 21:21.1	Sim, eu acho que sim, de alguma forma vê-se que isso se tem tentado fazer mas continuo a achar que o foco está na Ria Formosa e de uma forma que pronto que qualquer dia, qualquer dia não no meu ponto de vista já começa a estar gasta, ou seja já está a entrar, se ainda não entrou, já está a entrar na insustentabilidade já está a começar a ser insustentável porque enfim porque tirando a parte da Ria a tal capital da Ria Formosa eu não consigo me aperceber de grandes de outra forma de tentarem promover o concelho em termos turísticos.	ESPR17	5.1
15	21:19.6 - 23:09.3	Pois a aposta devia ser a sustentabilidade essa deve ser a grande aposta do concelho porque se isto já alguém uma vez utilizou a palavra vilamorização se a gente for por esse caminho fora penso que Olhão não vai no caminho certo não me parece que sejam essa as linhas orientadoras, ou seja, começar a desenvolver à bruta tudo e mais alguma coisa em termos de turismo seja o que for é preciso é crescer e a aumentar a oferta, camas e sei lá, isso acho que não as coisas têm de ser vistas acho que a estratégia é mesmo esta sustentabilidade para que o turismo não ofereça dificuldades às restantes atividades económicas para que consigam manter para que consigam insistir e que as pessoas consigam manter o seu estilo de vida e que consiga continuar a viver nesta terra como habitante da terra de Olhão não apenas como trabalhador do turismo que é aquilo por exemplo que acontece em Vilamoura já só trabalha lá quem trabalha para o turismo ou coisa parecida enfim a estratégia será sempre essa sustentabilidade, desenvolvimento sim senhor, porque não podemos estar continuar no tempo da pedra lascada temos que continuar a progredir, mas sustentabilidade será no meu entender o caminho a seguir correto.	ESPR17	6.
16	23:09.0 - 28:08.8	A história e a cultura essas sem dúvida uma poderia ser por aí, não é no momento não é eu em relação, por exemplo, Portimão tem um museu das conservas mas em Olhão ainda não há nada sobre as conservas ninguém, a maior parte dos turistas se a gente não houver alguém que lhe explique tintim por tintim que isto já foi que houve aqui um desenvolvimento, aliás foi o que desenvolveu Olhão, passou de uma terra simples de pescadores até ao ponto em que praticamente está hoje graças à indústria conserveira se não fosse isso essa questão não está explorada a questão da gastronomia também está mal explorada, sei lá em Olhão já se fez trinta	ESPR17	7.

por uma linha estou-me a lembrar de uma atividade extremamente importante para o concelho e para a região em tudo que era a cordoaria. A Vânia sabe que no cerro existe uma planta que permitia fazer as cordas, naquela altura ninguém ia ao mar sem cordas, poderia haver barcos, poderia haver velas, poderia haver remos, poderia haver tudo e mais alguma coisa mas se não houvesse cordas ninguém ia ao mar não havia atividade piscatória nem marítima em Olhão. Não é o sisal é o esparto, é uma planta que existe na nossa serra e que é praticamente endémica daqui, só existe aqui ainda hoje existe a rua da cordoaria sabe onde fica Vânia a rua dos cordoeiros? É ali na zona do antigamente toda a gente sabia onde era o Paulo Leitão sabe onde é o Paulo Leitão é ali ao pé e aquilo eu nasci a ver isso só já consegui ver algumas imagens aí de alguém e acho eu que vi imagens ouvi relatos de pessoas porque fui atrás dessas pessoas e eles explicaram-me que aquilo fazia-se corda porque havia aqui na zona uma matéria prima que permitia fazer corda permitia fazer essa corda o sisal vem depois o sisal isso é posterior à corda que se fazia através do esparto e essa planta existe aqui na nossa serra e que provavelmente vinham de outros lados buscá-la aqui para fazer e nós tínhamos uma matéria prima e conseguimos fazer. Bom há uma série de coisas em Olhão que fez crescer a indústria da pesca e das conservas e não sei quê mas não foi só a existência de peixe foi uma série de coisas, um número enorme de coisas que se juntaram e eu acho que e essa questão a história a cultura bem esgalhada como se diz em olhanense ia lá, mas pronto não é fácil isso é preciso um trabalho muito bem feito e um investimento provavelmente de monta, mas acho que essa é uma parte por onde se devia ir e obviamente o turismo de natureza, mas de uma forma cultural porque a biologia é uma ciência, ou seja, é uma questão que também é conhecimento tem a ver com a cultura as pessoas que gostam de conhecer tudo e mais alguma coisa em termos de borboletas e de libelinhas e de plantas, por exemplo, todos os géneros as espécies do género narcisos e tudo mais ficam encantadas em Olhão mas isto ninguém sabe nada disto é uma guerreira estar a desenvolver isto. Eu já tive visitantes que vêm sei lá de onde e chegam aqui para virem ver por exemplo, as diferentes espécies dos narcisos que temos aqui na região são endémicas daqui só se conseguem encontrar aqui, enfim à uma série de questões mas isto é tudo ligado ao turismo de cultura turismo de conhecimento que tem a ver com não é turismo de massas e eu penso que isso esses são os grandes caminhos a percorrer para desenvolver o turismo corretamente e sustentavelmente em Olhão.

17	28:08.8 - 30:23.7	<p>Eu não consigo explicar bem isso, mas eu penso que isso é óbvio não é eu acho que isso deve estar eu não sou infelizmente não tenho nenhuma formação básica ou de base em turismo, mas penso que hoje em dia as pessoas não gostam simplesmente de passar os olhos por cima das coisas, não gostam isto é há de tudo, mas há muita gente que não gosta simplesmente de passar os olhos por cima das coisas, gostam de alguma forma dar sentido, de absorver e isso cria memórias, cria é isso mesmo as experiências provocam com que as pessoas fiquem com uma memória muito agradável e provavelmente vão voltar a repetir ou pelo menos facilmente passar essa informação aos outros dizer olha além acontece isto aquilo e assim a gente ficamos muito contentes com aquilo portanto, eu acho que essa questão das experiências é uma questão que já deve estar mais ou menos bem definida que as pessoas aumentam o seu grau de satisfação ficam muito mais agradadas quando experimentam verdadeiramente uma coisa quando fazem a tal sentir de uma forma muito mais por dentro do que simplesmente passar os olhos por cima das coisas isso acho eu que isso já deve estar para aí explicado por alguém conhecedor do assunto ou que estudou o assunto digo eu não está Vânia, não está bem explicado hoje em dia? ah pois acredito eu penso que a teoria deve estar no sentido que isso é positivo eu concordo plenamente. (...)</p>	ESPR17	8.
18	30:23.7 - 34:36.1	<p>Pois, isso é um isso realmente é uma boa pergunta, isso é a questão do momento, isso é a tal pergunta de não sei quantos milhões de dólares é melhor do que quem souber responder a isso é capaz de ser uma pergunta melhor do que quando vai acabar esta história do Covi-19? Ah pois, é pá, para já tem de ser com conhecimento, baseado no conhecimento tem que se organizar as experiências e as ofertas e tudo com base em conhecimentos e com base em saber bem aquilo que se está a fazer claro que também se pode tentar alguma coisa na questão de tentativa erro mas isto tem de ser tudo bem estudado e feito por pessoas que conhecem estas coisas e que estão por dentro destes pormenores do turismo e claro envolver os empresários, envolver as entidades que trabalham à volta do turismo para que trabalhem com qualidade e com, enfim, com sustentabilidade, isso é uma pergunta realmente difícil de responder pelo menos para mim como é que se consegue é a pergunta diga-me lá outra vez a pergunta, Vânia. É pá, pois eu acho</p>	ESPR17	9.

		<p>que isso é uma pergunta para mim é difícil como é que se pode é investir, tentar criar estratégias tentar não, criar estratégias, ou seja, que os responsáveis criem estratégias pronto ligadas à sustentabilidade e isso tudo e depois consigam que os intervenientes, ou seja, os empresários as pessoas que andam à volta do turismo e toda a região em si consiga embarcar nessa estratégia e obviamente se calhar apoiar aqueles que embarcam de uma maneira correta e tentar não apoiar aqueles que vão no sentido que não é aquilo que se pretende como o sentido da insustentabilidade e disso tudo, do betão como às vezes se vê aí betão à bruta a ser construído de uma forma enfim meio megalómana, enfim mas isso realmente eu não sou, eu gostava de lhe saber responder muito bem a isso Vânia, mas eu não sou a melhor, reconheço, não sou de certeza a melhor pessoa para saber estruturar uma oferta turística.</p> <p>Ah, isso podem hoje em dia as redes sociais podem dar uma ajuda a tudo, podem também não funcionar seja o contrário mas isso é como tudo na vida as tecnologias podem ser bem usadas ou mal usadas, mas acho que sim não se pode hoje em dia esquecer essas redes sociais e essas coisas todas quando se pretende uma valorização, um trabalho bem feito seja num sítio ou num sítio qualquer essas questões não podem nunca ser esquecidas, têm de ser incorporadas no produto e no serviço e na estratégia, diria eu.</p>		
19	34:36.1 - 36:33.0	<p>Claro que para mim é a natureza, essa acho que é o caminho acho que isso é sem dúvida a natureza é sem dúvida um património natural, ok o património natural temos vivo e não vivo a gente quando fala no património natural não estou só a falar dos animais e nas plantas, claro que estou a falar do vivo e do não vivo por exemplo, numa praia a areia aquilo é um património natural mas não é vivo ou o cerro da Cabeça as rochas calcárias o património natural acho que bem trabalhado poderá criar experiências excelentes a quem nos visita de excelente valor o e depois o património gastronómico, por exemplo, esse aí também pode ser bem trabalhado pode ser melhor trabalhado e o histórico que está ligado à história enfim, Olhão teve e ainda tem uma história muito ligada ao desenvolvimento das pescas e da indústria conserveira e dessas questões todas e isso poderá ser utilizado nesse desenvolvimento.</p>	ESPR17	10.
20	36:28.0 - 39:05.4	<p>Claro, claro que considero está a pergunta-me se existe? Não é suficiente, estou-me a lembrar do fado, o fado é uma coisa que eu várias vezes encontro Vânia, eu não sabia mas não sei se é</p>	ESPR17	10.1

		<p>depois desta classificação do fado como património mundial ou que acho que aconteceu em 2016 ou 2015 ou 2016 já não sei bem, mas encontro muitos clientes meus (...) que me perguntam: "Então onde é que a gente vai ver fado como é que a gente consegue?" E eu sei que em Tavira há uma forma mas aqui em Olhão é muito difícil, no entanto, ainda vai havendo a um restaurante ou outro agora ali a Recreativa com o Covid nada funciona mas antes havia ainda qualquer oferta mas acho que o fado, por exemplo, é uma das coisas que poderia ser melhor trabalhada e claro poderia ser uma oferta cultura de valor digo eu, esse é um exemplo, mas há-de haver outros ligado à pintura eu estou-me a lembrar de uma casa de hóspedes uma <i>Guest House</i> como eles chamam hoje em dia que trabalha muito ligada à pintura, ou seja, vêm para cá certas pessoas pintar que isto a nossa luz que nós temos isto para pessoas que vivem em determinadas zonas do planeta que tem quase o dia todo nublado, céu nublado a vida lá é quase toda debaixo de céu nublado ter aqui esta luz para com esta enfim paisagens e coisas ainda como o nosso mercado, enfim de Olhão a questão da pintura por exemplo pode ser bem explorada pode ser melhor explorada e há uma série de questões culturais que podem ser exploradas qual era a pergunta agora já me perdi um bocadinho, Vânia.</p>		
23	40:57.2 - 44:34.0	<p>Penso que ainda não, ainda não olha ((empresa) acaba por ser um bocadinho diferente porque não há muito quando foi criada foi nesse sentido de criar aqui algo que não há muito porque não há praticamente pelo Algarve inteiro, embora haja um pouco aqui e ali mas com os recursos naturais que temos aqui não há em mais lado nenhum portanto, posso dizer que felizmente há alguma coisa que é um pouco está um pouco como é que hei-de dizer está um pouco. Repita-me lá a pergunta se faz favor se tem que se diferencie exatamente há alguma coisa que diferencia sem dúvida porque nem que seja um base no património natural que temos porque esta Ria Formosa não existe em todo o lado portanto acaba por haver alguma diferenciação ainda está mal explorado, isto é, ainda poderá ser muito mais bem, como é que eu hei-de dizer nós temos isto é um diamante em bruto ele tem de ser bem polido porque explorado de alguma maneira ele já está, mas só que está um bocado, enfim não sei explicar às três pancadas ainda. O turismo apareceu em Olhão à bruta, à parva como eu às vezes gosto de dizer embora ninguém goste de ouvir isso, mas apareceu assim de rompante sem saberem bem porquê os olhanenses já estavam com uma porrada de turismo e nem eles percebiam bem quem é que tinha aparecido tanto</p>	ESPR17	12.

		<p>turista aqui depois é que começaram a perceber melhor a entender melhor e enfim estou falando no grosso da população mas, pronto e há coisas aqui que realmente podem diferenciar mas que algumas delas são assim maltratadas olha a Ria é uma delas a Ria está a ser maltratada pelos olhanenses, pela atividade da sociedade olhanense em geral não está a ser tratada, no meu entender, como se devia tratar e depois pode afetar e verdadeiramente essa diferenciação, enfim a Ria é a base dessa diferenciação.</p>		
24	44:04.1 - 46:21.9	<p>Comparando eu acho que estas questões das culturais e ambientais e isso tudo é muito mais importante, porque se houver uma terra que tem alojamento espetacular tem transportes maravilhosos mas depois não tem questões culturais, não tem questões ambientais para oferecer entre estas não há lá, não há isso espreme-se e não sai sumo nenhum dessa questão ambiental e cultural e histórica e por aí mais por muito excelente alojamento que seja acho que não está tão preparada para o que é a competição que vai haver, que há já, entre os destinos turísticos portanto, acho que se entendi a pergunta se entendi comparar a importância da questão ambiental e cultural com a questão dos transportes e alojamentos é assim a pergunta se bem entendi, portanto, eu no meu entender, a questão cultural e ambiental e enfim tem mais importância, é muito mais importante para conseguir como é que hei-de dizer vencer esta questão da competição entre destinos turísticos. É claro que não podemos ter só questões ambientais e culturais excepcionais, mas depois não quer qualidade nenhuma nos alojamentos não estou a dizer isso é claro que tem de ter qualidade em toda a linha, mas pronto, mas sim exatamente mas primeiro a questão ambiental e cultural tem de ser de muito boa qualidade e enfim, sim, atrativa para que depois para que se consiga vencer nessa competição de destinos turísticos é muito mais importante.</p>	ESPR17	11.
25	46:21.9 - 50:01.9	<p>A questão da sustentabilidade do planeamento, é pá, pois eu acho que isso tem de ser um trabalho que tem de envolver os organismos públicos, sem dúvida, as comissões de desenvolvimento regional e por aí adiante mas também com os privados também acho que os privados têm de ter alguma, tem de ser envolvidos no processo, eu penso que sim embora as decisões agora tem que ser feitas pelos políticos, enfim deixarem os privados a decidir isto não vai no caminho do sustentável de certeza, quase de certeza, infelizmente hoje o tecido empresarial em Portugal ainda não está para aí virado, para a questão da sustentabilidade,</p>	ESPR17	13.

		<p>querem fazer dinheiro o mais rapidamente possível e portanto, pouco interessa. Portanto, terá que ser, como o caso de Olhão e do Algarve, enfim, em que as questões ambientais são muito importantes e que é preciso também ter alguma envolvimento com as entidades que gerem essa envolvimento com a questão ambiental como ICNF ou a Direção Geral do Ambiente, essas entidades estão na esfera do ambiente, acho que todas essas entidades terão que de alguma forma contribuir para o planeamento e o planeamento vem do desenvolvimento. Então acho que sim.</p> <p>((Operacionalização)) Em prática eu concordo, a minha questão é concordo que é difícil, não é fácil, conjugar toda a gente e pôr toda a gente a remar para o mesmo lado, isso é verdade, não é fácil. Mas essa seria a solução, não andar a fazer as coisas nas costas dos outros, daqueles que enfim só por uma questão trabalhar nas costas sem completamente verem o lado dos outros isso é muito difícil, é muito difícil não, dá problemas também muito difícil de resolver, mas também concordo que pôr toda a gente a trabalhar ao mesmo tempo toda a gente a remar para o mesmo lado e conseguir trabalhar assim é muito difícil mas penso eu que o resultado final assim seria o melhor, penso eu.</p>		
26	50:01.9 - 53:45.7	<p>Pois aí, como nas questões dos ambientes, as entidades que estão que se ocupam e que coordenam essa área como são os ICNFs enfim, aí provavelmente serão as entidades que estão ligadas à cultura, poderão estar bem por dentro do assunto como as direções regionais, não é. ((Comunidade)) Ah sim, sim com certeza, acho que devem ser todas as sociedades, isto é, todas as associações e enfim que tenham algum interesse e que se debruçassem sobre as questões do património e da cultura geral, acho que sim, acho que são todas convidadas a dar o seu, deveriam ser convidadas a dar o seu <i>input</i> como dizem os ingleses e fazer com que isto tudo funcione e obviamente as instituições ligadas à cultura como a Direção Regional da Cultura toda a gente via e contribuir.</p> <p>((Operacionalização)) Isso é a mesma pergunta de ainda agora, eu acho difícil (...)esta é no âmbito da cultura mas as dificuldades são as mesmas, eu parece-me difícil e às vezes pode-se até pensar que é impossível pôr toda a gente a funcionar conseguir que toda a gente, as organizações todas, sejam do público do privado enfim, e até alguns pensadores, porventura porque há pessoas que pensam melhor, possivelmente certos escritores, pessoas universitárias,</p>	ESPR17	14.

		<p>possivelmente não pertencem a organizações superiores, bom se forem professores universitários pertencem à universidade, mas enfim pôr essa gente toda a trabalhar em unísono, ou seja, em grupo, em equipa é muito difícil concordo que sim, mas também concordo que os resultados provenientes de um trabalho desses seriam mais positivos do que se forem feitos só por 2 ou 3 e os outros todos têm de fazer aquilo como 2 ou 3 decidem, eu penso que melhor seria conseguir envolver a sociedade por isso acho que é um dos problemas do mundo hoje em dia conseguir envolver todos os interesses e todas as questões e fazer com que isso saia dali um bom trabalho, isso é difícil em tudo e mais alguma coisa e para esta questão que a Vânia está a debruçar-se também seria, mas eu considero que essa seria a melhor, seria o caminho mais frutífero, penso eu.</p>		
28	55:39.1 - 58:19.4	<p>Para o desenvolvimento do sector turístico em Olhão sustentável, eu penso que a Vânia tocou aí as principais questões, não me estou a lembrar assim. A minha visão é a visão da sustentabilidade, eu sou um homem que estou já há muitos anos ligado a essa palavra à sustentabilidade e gosto pouco de sair daí ainda nem se falava muito em sustentabilidade e eu já achava isso do desenvolvimento existiu já não consegue, não consegue para mim é impossível a gente pensar em não desenvolver mas tudo o que é desenvolvimento que não seja sustentável para mim nem sequer é desenvolvimento, eu chamo-lhe qualquer coisa mas não é desenvolvimento portanto, a sustentabilidade é a questão do que precisamos, principal, exactamente é para mim a questão fulcral hoje em dia, é centrarmos no desenvolvimento, continuo a dizer desenvolvimento sustentável, e pronto, e acho que esse é o caminho e é o caminho do turismo é o caminho de seja o que for tem que andar nesse caminho porque se não é a tal coisa eu penso, volto a repetir, para mim desenvolvimento que não seja sustentável estamos simplesmente a fazer outra coisa qualquer, que ainda não sei bem o nome e pode-se chamar muita coisa, mas não é desenvolvimento porque o desenvolvimento a sério é aquele que é sustentável portanto, tem que ser esse o caminho e acho que é esse o caminho será o caminho correto para o turismo e para toda e qualquer sector que se pretenda desenvolver, que se pretenda desenvolver tudo se quer desenvolver ninguém quer ficar estagnado seja a construção</p>	ESPR17	15

seja enfim, seja o que for tem que se desenvolver de uma forma sustentável é esse o caminho.

ESPR 18

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:13.7	Se perguntar a um profissional do turismo qual é que acha que é papel do turismo a nível nacional, pois é assim, é óbvio que o turismo é uma das alavancas essenciais para a economia portuguesa, se bem que, usa esse epíteto mas infelizmente as ações e os apoios que são dados não são de acordo com a relevância teórica que lhe é dado sempre que é necessário. Nós temos esta situação da crise que estamos a atravessar fora e toda a gente fala que o turismo é essencial e é preciso fomentar o turismo, mas depois em concreto, como por exemplo, nas outras indústrias como o calçado, têxtil, etc, vemos os ministros sempre presentes e sempre à procura de dar um apoio, um alento e fundos para que as empresas possam reerguer muitos deles a fundo perdido o turismo é muito gabado mas pouco apoiado. Neste momento estamos a passar por uma situação que são centenas ou milhares de empresas sem ter acesso aos tais créditos bonificados, vamos chamar assim, linhas de crédito especiais, e de especial não têm nada se fizermos bem as contas o juro ainda é superior, muito superior por aquilo que é praticado pelo Banco Central Europeu, ou seja, a banca acaba por ganhar na mesma e pronto é o que nós temos. Agora como clichê acho que turismo é das áreas mais importantes e a principal razão de crescimento de Portugal nos últimos 5 anos.	ESPR18	1.
3	2:57.7 - 11:37.7	Acho que é crucial desde que não se cometam os erros que se cometeu neste último vídeo que foi feito sobre Olhão com o intuito de atrair turistas estrangeiros para virem para cá, mas esquecendo-se de que Sevilha não é uma opção porque os turistas ingleses se vierem para cá e se entrarem por Sevilha são obrigados a quarentena na mesma, além de procederem numa ilegalidade que lhes pode trazer graves problemas legais quando regressarem ao seu país. Um vídeo que vergonhosamente é supostamente dirigido ao mercado inglês e depois nem um inglês conseguiram encontrar para fazer o próprio vídeo, em que o vídeo é feito num inglês macarrónico não sei onde foram buscar aquele indivíduo, não faço ideia nenhuma e pior ainda confundir a palavra praia com a palavra prostituta, neste momento Olhão está a ser a chacota do Algarve, os ingleses estão completamente revoltados porque sentem-se insultados pelo vídeo, eu também me senti, não trouxe nada de benéfico, por isso eu não tenho dúvidas	ESPR18	1.1

nenhumas que Olhão tem potencialidades tremendas, Olhão deve ter uma estratégia, mas deve ser feita por profissionais que inclusive profissionais de fora, não lhe chamaria consultadoria, mas não sendo funcionários da Câmara podem apoiar a delinear a estratégia para a cidade exatamente para evitar situações como esta, se fosse futebol foi um auto golo e dos grandes, por isso o que é necessário é que Olhão profissionalize mais a sua área do turismo. Não há dúvidas que nos últimos anos tem sido feito um ótimo trabalho em termos de infraestruturas, em termos de remodelação da zona da baixa, etc, que é muito atrativo, eu, por exemplo eu tinha um escritório em Faro mudei para Olhão, adoro estar aqui e acho que isso é comum à toda a minha equipa, até acho que já tenho uma costelazinha olhanense e isso acho que é um sentimento que muita gente nutre quando vem para aqui. Por isso, acho que Olhão tem todas as condições, precisava aqui de mais uma unidade com o tamanho do Real Marina para ter outro tipo de peso em termos de camas, porque nós só temos com qualidade o hotel cidade de Olhão que é muitíssimo bom e temos o Real Marina e acabou, sem ofensa para os outros não tem expressão e nós precisávamos de mais um produto deste género aqui em Olhão para nos permitir outro tipo de crescimento.

Não vejo mais ninguém com as potencialidades que Olhão tem, porque tem não sei quantas ilhas a 10 ou 15 ou 20 minutos de barco, ou seja o cliente praticamente pode escolher diariamente a sua praia movimentando-se em 15 ou 20 minutos, mais ninguém lhes dá isso, mantém a especificidade da baixa de Olhão, ou seja toda a parte arquitetónica, etc, que é uma coisa que os turistas apreciam, é calmo, é verdade, apesar de ter todos os parâmetros, e tudo o que é necessário, é calmo, ou seja mantém a tipicidade de uma vila algarvia e há muita gente que procura esta autenticidade e Olhão ainda tem muita coisa que é mesmo autêntica, temos uma praça que é fabulosa, não há um estrangeiro que não goste, eu acho que Olhão gerido em termos turísticos por quem sabe ou pelo menos ter por exemplo ter conselheiros externos para ajudar a nomear estratégias, estou seguro que Olhão poderá ter um ótimo futuro porque tem um produto belíssimo, muitos honestamente, eu digo isto há muitos anos e desde que cá estou ainda digo mais, olho aqui a volta e gosto muito disto e sempre que trago aqui seja quem for de fora ficam encantados, é preciso é comunicar melhor, Olhão comunica muito mal em termos turísticos na minha opinião e acho que se precisa de uma estratégia, de uma imagem que não aquela que está a ser transmitida, por exemplo, nós tivemos agora aqui, não sei se foi iniciativa

		<p>da Câmara ou não, não faço ideia tivemos a fulana da SIC a Cristina Ferreira, e fez uma espécie de um <i>blogging</i> e a primeira coisa que a senhora foi fazer para a televisão foi dizer teve muita pena dos algarvios que isto estava tudo vazio. Isto são aqueles erros do <i>show off</i>, de querer tornar <i>fashion</i> mas com a estratégia errada, ela deu a visibilidade quando fez aqui os Instas, vamos aceitar que seja pela positiva mas mal foi para a televisão o que passa coitadinho do Algarve, abandonados ali, vamos ajudar, parecia que estava a fazer um <i>crowdfunding</i> para o Algarve não na vertente positiva mas na vertente negativa, cá está, comunicação errada, péssima, vergonhosa, não beneficia nada a região. As pessoas já tem a imagem, infelizmente, e não deixa de ser verdade que Olhão tem uma larga fatia de gente muito pobre, e é verdade, é o que é, nós apoiamos inclusivé temos essa preocupação de apoiar, essa ideia nós não queremos transmitir para a rua que Olhão é Las Vegas, agora não há necessidade de ter este tipo de comunicação e muito menos há necessidade de alguém com a visibilidade que ela tem e com o programa que tem ter aquele tipo de comunicação, alguém devia ter gerido aquilo melhor devia ter dito diz alguma coisa mas diz isto, que assim é que se faz, até acredito que ela não faça aquilo por mal, mas como ela gosta o lamechas porque o lamechas é que vende, como ela juntou o pessoal que estava sem trabalho da indústria musical, teatro e não sei quê e com uma placazinha parecia o mercado de Estoi com a placazinha a dizer estão ali os desempregados, isto é uma exploração da desgraça, nunca vi o programa e recusei-me a ver porque aquilo é exploração da desgraça alheia, ponto. Ela quando comunicou via redes sociais até comunicou bem, vi duas ou três coisas que a malta partilhou e até pode não ser muito mau, mas vamos esperar pelo coice, mas quando comecei a ver o que ela disse porque a malta começou a circular aquilo e foi muito pior a emenda do que o soneto porque o Insta é agora e depois as imagens desaparecem mais ninguém vê, agora a TV tem um impacto muito maior. Voltando aquilo que era a sua questão se acho que Olhão tem condições únicas completamente mesmo, convencidíssimo disso.</p>		
4	11:37.7 - 14:43.2	<p>Para já a palavra sustentável hoje em dia toda a gente usa a palavra sustentável para tudo, é comida sustentável, e ambiente sustentável, tudo é sustentável, afinal o que quer dizer a palavra sustentável? A palavra sustentável na minha ótica no que toca o turismo não é mais do que não estragar, ou seja, é crescer sem estragar, vamos pôr nesta forma e é como eu lhe digo acho que Olhão tem capacidade para mais 150, 170 quartos com qualidade, ou seja, mais qualidade do</p>	ESPR18	2.

		<p>que quantidade nunca abaixo das 4 estrelas e depois ficar por ali, não sou apologista daquele arranque de apartamentos que estão ali a fazer, aquilo não tem nada a ver com Olhão, aquela primeira linha só devia ter duas coisas: restaurante e serviços e hotéis mais nada, dali para trás a zona dos Bombeiros, a Avenida principal aí podem pôr os apartamentos que quiserem, não sei quê, agora estar a fazer coisas dessas aqui na minha ótica não justifica, sempre lá atrás, não cá à frente, esta devia ser a parte impecável, e como quem tem uma montra, vamos manter esta montra impecável, não vamos por aqui apartamentos para vender, cada qual tem a sua opinião, eu também sei que a Câmara tentou e verdade ver se alguém agarrava naquilo para se fazer um hotel, mas a Câmara também não pode querer o investimento e depois querer ganhar dinheiro com a venda do terreno, ou seja, tem que haver aqui um equilíbrio entre aquilo que é a mais valia mas não será melhor abdicar da verba do terreno e atrair um investimento igual a este, isto já estamos na fase da especulação. Por isso, sustentável para mim era acho que, sim senhora, uma marina ainda ia dar outro tipo de encanto em termos de desenvolvimento de Olhão, desde que seja bem feito, e o tal hotel que estou a falar devia estar ali, mas iria pôr Olhão sempre como um nicho, ou seja, não cometer o erro de outros focos turísticos do Algarve como Albufeira e quem diz Albufeira diz dezenas de exemplos e que nós matamos a vaquinha que estava a dar leite porque quisemos ser gananciosos e depois as pessoas deixaram de ir para ali porque aquilo deixou de ter piada. Por isso, para mim o verdadeiro sustentável é vamos fazer aqui uma coisa que não prejudique o património mas que dê permissão para criar mais empregos, mais riqueza para a cidade, eu pessoalmente acho que existe este espaço desde que seja feito com cabecinha.</p>		
8	18:15.1 - 20:31.4	<p>Idem aspas, a cultura como temos a história do menino e etc., há uma série de coisas culturais que só Olhão tem e que não vão ser empobrecidas, vão ser enriquecidas com quantas mais pessoas levarem daqui as histórias que nós temos típicas de Olhão que são exclusivas de Olhão melhor, porque Olhão tem todas as hipóteses de criar aqui uma história à volta das suas lendas eu acho, cá está, desde que comunicado com qualidade e desde que a mensagem seja feita de forma acertada, o turismo em si só traz coisas positivas não traz nada negativo. O turismo só começa a ser negativo quando é aquilo que se chama o excesso, o que as pessoas costumam de falar de <i>overtourism</i>. O <i>overtourism</i> dava para ficarmos aqui a falar 10h os dois, o que é que é o</p>	ESPR18	3.

		<p><i>overtourism</i>? Qual é o equilíbrio certo entre aquilo que uma cidade pode sustentar e aquilo que o turismo pode alavancar e criar emprego e não sei quê. Vejamos, agora não temos turismo vai tudo morrer, sobra zero, 40% dos nossos restaurantes vão fechar, sem hipótese nenhuma, restaurantes, bares, discotecas vai tudo para o galheiro, eu acho que até 40% é pouco, espero estar enganado. Por isso, o turismo alavanca muita coisa positiva, é como quem semeia uma horta, a gente semeia, a gente colhe mas é preciso não colher em demasia para não matar a planta, é preciso saber colher e semear, colher e semear, colher e semear diariamente e preocupar-se com aquilo que existe e semear e criar condições para que as coisas possam existir mantendo sempre a mesma qualidade, e é assim que se cria um turismo de qualidade, cá está, aqui sim podemos usar a palavra sustentável.</p>		
10	21:53.7 - 24:02.5	<p>Eu acho que Olhão não tem feito um mau trabalho muito honestamente eu posso discordar com essa história do vídeo e algumas coisas que têm sido feitas, eu não as faria assim, mas isto é assim temos que ser honestos acho que Olhão até soube mais ou menos gerir a situação porque também isto é uma fase de aprendizagem. Acho que Olhão já merecia um departamento profissionalizado de turismo e não ter lá pessoas que são, como dizer isto, que são teóricos, mas que nunca fizeram nada e depois não têm noção nenhuma do que é a realidade e tomam decisões não de acordo como é as necessidades mas com base nos seus conhecimentos e que são muito poucos, por isso acho que Olhão já merecia ter um departamento profissional mas a sério, com alguns um ou dois profissionais a sério lá dentro e consultores externos, malta que queira contribuir, eu nunca neguei nenhum apoio à Câmara desde que a Câmara me pergunte, quem diz eu diz outras pessoas que são daqui e podem ajudar a delinear uma estratégia e tem outra vantagem não querem nada por isso, ou seja, era completamente gratuito porque se Olhão estiver bem é bom para todos. Não tenho dúvidas nenhuma se mais profissionais de turismo houver aqui em Olhão que ninguém vai virar as costas com o intuito de apoiar a cidade onde se vive ou que se gosta e acho que faz parte da nossa obrigação social, tentarmos apoiar com o nosso <i>know how</i> naquilo que é necessário.</p>	ESPR18	4.
11	24:02.5 - 27:43.7	<p>Autenticidade, acho que é a maior mais valia que isto tem porque repare esta baixa apesar de tudo ainda é muito autêntica, vou-me repetir, passear aqui nesta baixa, a própria calçada, o que está lá atrás, a praça, toda esta zona tem muito de típico daquilo, das pessoas assim desta forma</p>	ESPR18	5.

		<p>é muito difícil de encontrar no Algarve, até não encontra em mais lado nenhum a forma como está enquadrado, ou seja, uma baixa turística que tem uma praça típica acho que não existe, que eu me lembre de cor acho que não temos em mais lado nenhum. Por isso, a autenticidade e depois por exemplo as ilhas apesar de muito mais frequentadas do que há 10 ou 15 anos atrás, especialmente a do Farol ou mesmo a própria Culatra, a gente vai para o Farol ou para a Culatra aquilo é o paraíso foi a única coisa que eu concordei com o vídeo foi realmente a palavra paraíso e a palavra céu, que nem a palavra céu ele soube dizer porque é heaven e não oven. Mas não vamos falar mais sobre isso, a autenticidade é o maior fator de diferenciação que tens Olhão, eu consigo vender Olhão pela sua autenticidade, nunca tive aqui ninguém que eu dissesse vai dar uma voltinha até ali à praça e volta para trás e à vinda mete-te num barco, no táxi e vou-te mandar para umas ilhas as pessoas vêm completamente maravilhadas, é uma coisa única e depois nós temos aqui 3 ou 4 ilhas à nossa frente que a gente diz estes 2 dias vou para a Armona, amanhã vou para a Culatra, amanhã vou para a Deserta, depois no outro dia vou para o Farol cada ilha parecidas mas cada qual com o seu charme diferente. Isso é uma coisa que mais ninguém pode dar, sou fã incondicional disto e consigo vender isto na boa, quanto mais pessoas trouxesse aqui vendia isto sem problemas, aliás, todos aqueles que eu trago aqui ficam fãs, tenho clientes meus que voltam para passar férias, não estou a vender nada que eu não acredito. Eu acho que o mais importante no meio disto tudo é dizer que eu acredito em Olhão e acho que autenticidade é o principal fator de diferenciação que Olhão tem. Olhão não precisa de ter o Neymar, nem o Tony Carreira, nem a Cristina não sei quê, esse não deve ser o posicionamento de Olhão, esse é um apontamento fugaz porque Olhão não é a Quinta do Lago, Olhão não é Vale do Lobo, Olhão nunca há-de ser um <i>resort</i> de luxo porque não tem condições para isso, a própria estrutura não permite e a história ninguém olha para isto como uma zona privilegiada de multimilionários, vamos esquecer isso tudo. Nós temos uma zona para isso no Algarve, uma zona chamado o triângulo dourado com Quinta do Lago, Vale do Lobo, etc, e acabou, os que têm mesmo muitíssimo dinheiro não vêm para aqui, vão para ali, querem estar entre eles, agora temos é um cliente de qualidade médio/alto que Olhão já apela agora, por isso é que disse ao construir outro hotel tem que ser no mínimo 4 estrelas.</p>		
14	32:07.7 - 33:02.1	Eu honestamente acho que é como já percebeu e a maior brecha, é mesmo a comunicação	ESPR18	5.1

		<p>porque o Festival do Marisco comunica como se estivéssemos nos anos 80, por exemplo, só estou a dar este exemplo podia dar muitos mais, o departamento, nem sei se ele existe, a parte de comunicação/turismo/relações públicas/marketing desta Câmara ou não existe, não sei se existe ou não existe, não sei se existe ou não ou se existir é muito fraco, muito fraquinho mesmo.</p>		
15	33:02.1 - 35:40.1	<p>Eu acho que seria bom que Olhão tivesse 2 ou 3 elementos que marcassem como foi o Festival do Marisco, ou seja, Olhão igual a Festival do Marisco, acabou não se passa mais nada, se Olhão quer fazer parte do mapa turístico também tem que ter eventos âncora que alavanquem esse estatuto não é só mandar vir aqui uma bloggerzinha tirar umas fotografias, isso não serve de nada. O que precisamos aqui são eventos, e não tem de ser eventos sempre virados para a mesma coisa, podiam ser eventos de música eletrónica, que é uma coisa completamente diferente, mas a verdade é que a ideia que as pessoas têm da música eletrónica é que é o pessoal da pastilha, eu ponho música, respeito também, mas é uma indústria que vale 3 biliões de euros, é umas das maiores indústrias do mundo, por isso não percebo porque não pode ser uma aposta aqui, um festival olhanense, por exemplo, de música eletrónica e depois pode haver outras coisas para além dos festivais pode haver outras coisas, agora o interessante é criar eventos, mas não é para os fazer umas vezes e depois enterrá-los, é fazer uma vez, duas vezes, três vezes até que aquilo faça parte da agenda e fazer <i>off season</i>, porque a gente para vender Olhão em agosto não precisa de nada, isso está vendido sozinho, o que precisamos em junho, no inverno, em setembro, em outubro por isso tudo o que seja eventos que possam marcar. Faro tem o Festival F, é um investimento louco, mas com um retorno único, não estou a dizer para Olhão criar o Festival O, mas Olhão tem condições e tem espaços suficientes para criar o seu festival de música, mesmo que não seja eletrónica, pode ser com bandas, ou seja, um evento grande que tenha dimensão nacional que é o caso do Festival F.</p>	ESPR18	6.
16	35:40.1 - 36:25.6	<p>Já lhe disse, já falámos sobre as ilhas, falamos sobre esta baixa, sobre a parte arquitectónica que foi defendida, tudo o que tem a ver com autenticidade são as mais valias de Olhão, e a sua história porque eu acho que isso das lendas está a ser bem explorado ainda se podia ir um bocadinho além disso que está a ser feito na minha ótica, mas lá está é preciso haver um</p>	ESPR18	7.

		departamento com idiotas, gente com ideias.		
17	36:25.6 - 39:05.8	Se estamos a falar de turismo a experiência turística é a coisa mais importante, por isso é assim a gente hoje em dia a gente fala que não está a vender um produto a gente está a vender uma emoção uma experiência e mas acho que isso é assim desde que há turismo, mas só agora houve a necessidade de pôr isso em papel e pronto há a necessidade de muita gente escrever livros muito bonitos <i>experience tourism</i> e a palavra sustentável cresceu junto a isto, <i>environment friendly</i> isto é uma salganhada dum caneco que eu nem sei bem. O que nós precisamos mesmo é percebermos fazer uma análise swot quais são as nossas vantagens e quais são as nossas desvantagens, tentar melhorar as desvantagens, sem dúvida, mas tentar potenciar ao máximo as nossas vantagens, essa é a estratégia para qualquer empresa e temos que olhar para uma Câmara como se fosse uma empresa e se Olhão quer ser um produto turístico tem que se profissionalizar, não pode ser feito por amadores, impossível, não vai funcionar. Por isso a experiência turística, ou seja a experiência de ter uma experiência, passo aqui o pleonasma porque o <i>mouth to mouth</i> é a arma mais importante e mais letal que existe na área do turismo. Um cliente desiludido equivale a 100 clientes perdidos, um cliente feliz equivale a cerca de 10 clientes felizes, ele só vai passar a sua experiência para 10 pessoas. A experiência turista assim como eu a concebo, não como os livros a concebem é o mais importante disto tudo. Os meus clientes vêm aqui eu mando-os para as ilhas ficam maravilhados, já está, está feito! Quando ele tiver que dizer isso a alguém vai dizer: “Estive em Olhão, o que é isso Olhão?” Algarve é Albufeira, os gajos conhecem Albufeira, conhecem praia da Rocha não conhecem mais nada, e conhecem Faro porque é o aeroporto. Por isso se Olhão quiser jogar na <i>Champions</i> tem que começar a atuar como se fosse da <i>Champions</i> e não querer ser da <i>Champions</i> e depois não saber vestir nem estar.	ESPR18	8.
18	39:05.8 - 42:25.9	É assim, a partir do momento que as pessoas que estão aqui têm ao seu dispor as experiências que já mencionamos eu acho que toda a comunidade olhanense apoia esse objetivo porque as pessoas esquecem-se que nós ganhamos como um todo e perdemos como um todo. Não existe o agente de viagens, e depois o restaurante, e depois o bar e depois o pescador e depois o gajo do Lidl, existe uma comunidade que recebe turistas e cada turista que vem é bom para a comunidade tem que se preocupar em cativá-lo e acarinhá-lo para que ele volte. Eu até sou	ESPR18	9.

		<p>defensor que devia de haver uma disciplina de turismo nas escolas, já digo isto há muitos anos, não compreendo como é que um destino turístico/ <i>excellence</i> como o Algarve não dá turismo logo já não digo na quarta classe mas a partir do 7º ano a partir dos 12, 13 anos criar nos putos logo uma consciência turística, acho que isso é crucial e tem se cometido muita asneira do que é salvar o futuro dos nossos filhos e netos em termos turísticos porque não existe uma estratégia, tudo é feito por arrastamento, por impulso, aliás, o nosso presidente da Câmara até pôs logo por impulso fizeram este vídeo em 24 horas, eu até temo que o Pina nem viu o vídeo, mandou fazer e carregou no botão e mandou como ninguém lhe chamou a atenção do que estava ali, o homem achou que aquilo era uma coisa maravilhosa, ele não mediu o alcance do que estava ali, isto tem sido, eu sei do que é que estou a falar, tem sido uma chacota e tem sido uma vergonha para todos nós. Por isso eu digo tudo o que é feito por impulso não presta, não acredito, por isso Olhão terá que fazer aquilo que ainda ninguém foi capaz de fazer dar um passo à frente, porque não nas escolas olhanenses haver uma disciplina, terá que ir ao ministério do não sei quê, mas agora sou eu que digo, se existe casa de banho para o menino, para a menina, para o que não sabe se é menino, se existe espaço para isso tudo e abertura para isso tudo, tem que haver abertura para ter uma disciplina de turismo numa região como o Algarve, acho que isso é a coisa mais básica deste mundo, ou seja, desde pequenino começarmos a consciencializar os miúdos da importância, nada de subserviências eu não estou a dizer para criarmos escravos turísticos, agora pessoas conscientes do valor do turismo e que olhem para o turista com olhos diferentes, isso é essencial.</p>		
19	42:25.9 - 42:50.4	<p>É assim, a partir do momento que as pessoas que estão aqui têm ao seu dispor as experiências que já mencionamos eu acho que toda a comunidade olhanense apoia esse objetivo porque as pessoas esquecem-se que nós ganhamos como um todo e perdemos como um todo. Não existe o agente de viagens, e depois o restaurante, e depois o bar e depois o pescador e depois o gajo do Lidl, existe uma comunidade que recebe turistas e cada turista que vem é bom para a comunidade tem que se preocupar em cativá-lo e acarinhá-lo para que ele volte. Eu até sou defensor que devia de haver uma disciplina de turismo nas escolas, já digo isto há muitos anos, não compreendo como é que um destino turístico/ <i>excellence</i> como o Algarve não dá turismo logo já não digo na quarta classe mas a partir do 7º ano a partir dos 12, 13 anos criar nos putos</p>	ESPR18	10.

		<p>logo uma consciência turística, acho que isso é crucial e tem se cometido muita asneira do que é salvar o futuro dos nossos filhos e netos em termos turísticos porque não existe uma estratégia, tudo é feito por arrastamento, por impulso, aliás, o nosso presidente da Câmara até pôs logo por impulso fizeram este vídeo em 24 horas, eu até temo que o Pina nem viu o vídeo, mandou fazer e carregou no botão e mandou como ninguém lhe chamou a atenção do que estava ali, o homem achou que aquilo era uma coisa maravilhosa, ele não mediu o alcance do que estava ali, isto tem sido, eu sei do que é que estou a falar, tem sido uma chacota e tem sido uma vergonha para todos nós. Por isso eu digo tudo o que é feito por impulso não presta, não acredito, por isso Olhão terá que fazer aquilo que ainda ninguém foi capaz de fazer dar um passo à frente, porque não nas escolas olhanenses haver uma disciplina, terá que ir ao ministério do não sei quê, mas agora sou eu que digo, se existe casa de banho para o menino, para a menina, para o que não sabe se é menino, se existe espaço para isso tudo e abertura para isso tudo, tem que haver abertura para ter uma disciplina de turismo numa região como o Algarve, acho que isso é a coisa mais básica deste mundo, ou seja, desde pequenino começarmos a consciencializar os miúdos da importância, nada de subserviências eu não estou a dizer para criarmos escravos turísticos, agora pessoas conscientes do valor do turismo e que olhem para o turista com olhos diferentes, isso é essencial.</p>		
20	46:19.0 - 46:40.5	Acabei de dizer isso é crucial porque faz a diferença, é como eu digo comer e beber, o vinho o não sei quê arranja-se, em termos de fatores de diferenciação que os destinos procuram é essencial, é são as coisas que nós temos e mais ninguém tem.	ESPR18	10.1
23	47:49.2 - 48:36.8	Isto é um todo, isto só vai se for tudo de braço dado, eu não gostava muito de dizer que isto é mais importante que aquilo, não existe isso o que importante é o bolo, o que é importante é o total que vai para a rua, o que é importante é o todo, vendemos o destino não estamos a vender uma pastelaria ou uma Ria Formosa, nós vendemos um destino, ponto! O destino chama-se Algarve depois tem pontinhos que tem Albufeira que é Albufeira, Olhão que e Olhão, Vilamoura que é Vilamoura, depois Lagos que é Lagos, Vila Real que é Vila Real, mas a gente vende o <i>package</i> , o <i>package</i> chama-se Algarve.	ESPR18	11.
24	48:36.8 - 48:51.1	Já falámos sobre isso, já falámos sobre várias.	ESPR18	12.

25	48:51.1 - 50:08.5	Isto para ser bem feito é um misto sempre, ou seja, o setor público sempre com o apoio do setor privado, é a única forma disto funcionar o setor privado não funciona sem o setor público a apoiar e o setor público não funciona sem a experiência e o profissionalismo expertise dos profissionais dos privados, é as duas coisas. Pôr em prática igual sempre defendi nas Câmaras uma <i>task force</i> entre a parte público política e os empresários que estão na zona fazer um conselho de apoio estratégico para a Câmara, defendo isso há anos seja em que Câmara for. Deve ter especificamente para o turismo deve ter sempre um conselho estratégico de privados, sempre isso é se nos quiserem ouvir se não nos quiserem ouvir a gente não vai para lá.	ESPR18	13.
26	50:08.5 - 50:49.4	Se estamos a falar de oferta turística e acabamos de dizer que a parte cultural é essencial e dos recursos naturais etc., é assim se alguém decide abrir um museu lendas de Olhão, acho que os privados devem ir a jogo e dizer o que esse museu deve ter, onde deve ficar, não estou a dizer que seja aquilo que a gente diz mas pelo menos darem ouvidos a darmos um <i>input</i> para ajudar a Câmara a tomar as decisões certas.	ESPR18	14.
28	51:42.6 - 52:08.9	Já estamos com uma hora de conversa acho que vocês foram muito minuciosos, não me ocorre nada que não tenhamos já falado.	ESPR18	15

ESPR 19

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	15:52.4 - 19:20.6	O turismo foi o que nos salvou da crise, não é? Principalmente em Portugal. O turismo tem um papel de extrema importância, nós portugueses a nível nacional sabemos receber muito bem, somos muito hospitaleiros e somos muitos profissionais. Todas as pessoas e todas as empresas que eu trabalho e que tenho conhecimento desde o pequeno empresário a empresas grandes existe o cuidado na satisfação do cliente e é por aí que nós trabalhamos muito. O turismo é mesmo, no Algarve sempre foi, nós somos de cá sempre crescemos com o turismo ser o ex-libris, não é. Nós sempre estamos habituados a receber, a saber receber e depois com a crise financeira que houve o turismo foi o que nos deu espaço de manobra para estarmos como estamos atualmente. Se não estivéssemos no COVID, se estivesse tudo normal, por assim dizer, nós estaríamos todos, o país, todos os empresários e toda a gente melhor por causa do turismo. Temos sempre que respeitar o turista e o turista respeitar o espaço que está a viajar, o turista também não pode chegar a um sítio seja aqui, seja Portugal, Alemanha, seja Brasil, seja onde for e não respeitar a cultura, o turista também tem que ter consciência da cultura onde se encontra inserido. Nós em Portugal temos mesmo uma história de receber e de turismo, somos um país perfeito para o turismo. basicamente é assim, quem vem de fora das grandes cidades por exemplo, até Lisboa não era muito turística de repente começou a ter um potencial gigante, porque Lisboa é uma grande cidade, é uma cidade cosmopolita e é uma cidade que satisfaz muitos turistas que não querem só praia ou que não querem só serra. Eu agora puxo a brasa um bocadinho à minha sardinha e temos que ter um turismo sustentável, ecoturismo, temos que respeitar o ambiente e temos que fazer força para isso acontecer, criar infraestruturas e para podermos contar com o turismo sempre e não ser só uma onda. Queremos que as pessoas fiquem, venham e voltem.	ESPR19	1.
3	20:08.0 - 25:00.3	Eu tenho 40 anos e então quando éramos adolescentes e estávamos a crescer Olhão era o patinho feio do Algarve, sempre foi, era uma cidade mais industrial tínhamos muito pouco turismo internacional, tínhamos mais aquele turismo em agosto, turismo nacional, no entanto em Olhão já é significativo e aí já tem o mérito do município, o município fez e tem feito com	ESPR19	1.1

		<p>que o turismo em Olhão cresce-se criou condições para crescer o turismo em Olhão. Eu tenho familiares que não são portugueses e já vêm para cá já há vinte ou vinte cinco anos e notam uma diferença brutal e nós também notamos. Houve uma recuperação na zona histórica, nós na nossa empresa fizemos um passeio pedestre na zona histórica com as lendas e vamos à igreja e cada vez mais é um passeio que é pedido. As pessoas começam a ver que também querem umas férias um bocadinho culturais, tentam preocupar-se querer saber com a cultura e com tudo que Olhão também tem para oferecer porque Olhão é bastante rico. Se nós explorarmos bem Olhão tem muito potencial e pode ter muito mais turismo se nós explorarmos bem as coisas simples que Olhão nos dá. Passear na zona ribeirinha, nos bairros tradicionais na zona da Barreta, bairro do Levante com as lendas e Olhão tem muito potencial e cada vez mais temos turismo cá. Começou a crescer porque foi o problema da crise, pelo mesmos foi assim que eu vi, as casas estavam muito baratas e o estrangeiro tinha o poder de compra que nós nacionais não tínhamos e começaram a comprar casas nos bairros, na Barreta, na zona histórica e restauraram as casas todas e hoje em dia são hotéis, são alojamentos locais, são lindas já conheci casas em Olhão que são maravilhosas, nem tenho palavras parece que estamos noutra, recuperaram sempre mantendo a característica. Foi isso também estarmos onde estamos. (...) Em Moncarapacho e Quelfes existem muitos turismos rurais, nós também trabalhamos com alguns e fazemos as entregas de bicicletas e recolhas e são casas maravilhosas e são coisas muito simples, porque o turismo às vezes procura mesmo o simples. <i>Less is more</i> a grande frase de Chanel, <i>less is more</i>, às vezes as coisas mais simples são as melhores e em Olhão é isso. Não há nada melhor do que um turista ir para seja onde for, o restaurante fantástico na Fuseta que é do peixe assado, que há ali ao pé dos mercados e não há nada melhor para um turista comer um peixe assado, um peixe fresco com sal só. Olhão tem muito potencial, temos que trabalhar mais!</p>		
4	25:00.2 - 26:35.4	<p>Desenvolvimento sustentável tem que ser algo que sustenta, ou seja, nós a nossa empresa quando falamos em desenvolvimento sustentável tem que ser sustentável a nível ambiental, que é uma grande luta que nós temos, tem que ser um desenvolvimento que não prejudique nada, tem que ser um desenvolvimento economicamente sustentável para nós empresa, ou seja, não sei se me consigo explicar muito bem. Nós temos uma empresa sustentável porque dependemos muito pouco de investimentos externos, créditos seja o que for e aí para nós é</p>	ESPR19	2.

		<p>sustentável. Desenvolvimento sustentável em situações de turismo é sustentável pela natureza, não é um desenvolvimento que prejudique, que estrague é um desenvolvimento que valorize. Um desenvolvimento sustentável é um desenvolvimento que valorize, seja onde está envolvido. Tem que valorizar seja a natureza, tem que respeitar, tem que incorporar vários sistemas, ou seja, tem que valorizar o produto bruto, ou seja a natureza e depois temos que também ter atenção, quando falamos em desenvolvimento sustentável não podemos falar de turismo de massas, porque o turismo de massas na minha opinião vai contra o desenvolvimento sustentável, tem que ser uma coisa assim diferente. O desenvolvimento sustentável tem que satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a natureza ou o planeta, ou a Terra no futuro. Para mim isso é um desenvolvimento sustentável.</p>		
8	33:02.6 - 42:38.1	<p>Eu acho que em Olhão não temos assim uma grande história cultural, estava aqui a procurar uma maneira mais simpática de dizer isto. Não vejo acontecer muitos acontecimentos culturais em Olhão, apesar de nos últimos pelo menos Olhão cidade tem estado a acontecer principalmente no verão, faz sentido porque também temos que dinamizar, porque lá está é o turismo. Em Olhão a nível cultural não vejo assim grandes desenvolvimentos, não sei sequer como é que posso relacionar com o desenvolvimento sustentável, porque não estou a ver nada de grandes desenvolvimentos culturais. Em termos culturais, o que é que Olhão faz? Os Santos Populares, as nossa tradição mesmo, morreram, tínhamos uma tradição gigante dos anos 60 dos Santos Populares, fazemos todos os anos acho que é no mês de maio, até deve estar a decorrer uma ação que é o Mostra-te mostra com várias escolas e grupos e clubes do concelho que mostram exatamente o que fizeram no ano todo, seja o Conservatório, escolas de dança, de ginástica, mas não estou a ver mais nada em termos culturais. (...) A nível cultural os olhanenses concelho temos uma coisa que é sangue na guelra, existe algum receio efetivamente que tenhamos alguma perda de identidade, não nesta geração, não na próxima talvez na próxima, porque realmente a Barreta e os bairros históricos não há pessoas, não há olhanenses lá a viver não há. Se eu mandasse, que não mando, aquelas casas mais em ruínas, se eu fosse presidente da câmara comprava as casas em nome do município e punha pessoas, famílias, em vez de fazer bairros sociais e pôr as pessoas todas no mesmo espaço. Para já era uma melhor forma de integração das pessoas e ajudava a dar aquela característica olhanense aos bairros. Até a nível da Barreta é verdade não há quase olhanenses a viver, é casa de férias, alojamentos e estrangeiros que compraram lá casa, temos uma grande comunidade artística de estrangeiros em Olhão, até têm aberto várias galerias em Olhão, sejam pintores, músicos, temos uma grande comunidade artística em Olhão e a comunidade artística concentrou-se toda nessa zona histórica.</p>	ESPR19	3.

		<p>Nós olhanenses não temos poder económico para combater com o mercado neste momento e muito menos para combater com o poder económico com alguém que vem de fora, têm dinheiro para comprar as casas ao preço que elas estão e têm dinheiro para restaurar. Então, uma solução seria, na minha opinião, o município adquirir as casas tornar as casas habitáveis e arrendarás mesmo que fosse uma renda social, mas arrendarás a pessoas de Olhão, isso seria um ponto. Outro ponto é o nosso mercado que é muito falado, existe um grande receio que vou ouvindo pelas pessoas e pela comunidade olhanense que o mercado deixe de existir, eu acho que até o presidente da câmara já desmentiu e eu não acredito que aconteça, mas existe um grande receio que o mercado deixe de existir como é agora, e se torne como o mercado de Tavira ou o mercado de Loulé que perde a característica. O mercado, o edifício, o mercado de Loulé também tem aquela parte lá fora que é muito gira, o edifício em si. Nós quando fazemos o passeio pedestre passo pelo mercado e os estrangeiros adoram e vêm peixe que nunca viram na vida, a confusão, a confusão boa, aquela mistura de pessoas e de cultura é muito nossa, e isso deve-se preservar. Realmente não tinha pensado bem na perda de identidade mas acho que temos que ter em atenção porque nós não temos poderes económicos como os de fora têm. (...) no entanto, tem que haver ali um QB, tem que haver um meio termo, é verdade que foram os estrangeiros e graças a eles é que a Barreta está como está porque respeitaram a arquitectura das casas, ninguém construiu assim, se for passear pela Barreta atualmente não há nenhuma casa que fuja da arquitectura, está tudo muito dentro da arquitectura, e as que eu conheço até por dentro. Mas, no entanto, também não podemos deixar que esse poder económico torne a Barreta num bairro de estrangeiros porque aí perde a característica, a Barreta é, era um bairro de pescadores, é para isso que servem as açoteias e os mirantes, nós somos uma vila cubista as açoteias e os mirantes servem para os pescadores antes de irem para o mar ver as marés, ver como é que estava o mar porque era tudo ali, Olhão cresceu ali, era tudo ali. Tem que ser tudo com muito peso e medida, não pode ser nem tudo estrangeiro, tem que ser valorizado porque efetivamente foram eles que deram o <i>boost</i> à Barreta para estar como está, no entanto, precisamos de mais alma olhanense lá, na Barreta precisamos mais de alma olhanense, é verdade.</p>		
9	41:40.0 - 42:44.3	<p>Eu acho que sim. Eu acho que o turista de Olhão, pelo menos a maior parte quando nós abrimos no ano a seguir, quando fizemos o quiosque eu tive uma cliente que disse uma coisa que eu nunca me esqueço, eu gosto tanto de Olhão eu quero vir sempre para cá mas por favor não tornem isto numa Vilamoura ou numa Albufeira. Eu acho que tem que haver melhoramentos e está a haver melhoramentos mas sempre mantendo a alma olhanense eu acho que sim, até porque esta geração nova de empresários que vai surgindo são todos muito virados para os costumes olhanenses. Se reparar até o nome das casas é tudo muito típico, tudo muito característico olhanense, no nome das casas vai surgindo.</p>	ESPR19	4.

10	42:44.3 - 44:06.2	As ilhas sem dúvida a Ria Formosa que é o <i>ex-libris</i> de Olhão, da nossa cidade do nosso concelho, a parte cultural é o mercado é a zona histórica e depois sim também temos a parte do interior, muitas vezes é esquecida, também é muito bonito, a mim ocorre-me sempre, eu estou mais habituada a ver as coisas dessa forma as bicicletas, da ciclovia e do Parque Natural que é tão lindo e está tão triste às vezes, sem os cães, uma parte que está tão abandonado, que chega a ser triste, nós conhecemos o Parque Natural quando abriu achamos que é um bocadinho triste. Os turistas que chegam cá gostam muito, aquilo é lindo o Parque Natural, poderia ter espaço para ser melhorado, tem um grande espaço para ser melhorado, só que o Parque Natural não tem nada a ver com o município, o Parque Natural tem uma gestão diferente do Município.	ESPR19	5.
13	47:27.5 - 50:55.2	Uma ciclovia para ontem! Porque a ciclovia de Faro para Vila Real de Santo António existe no papel, não existe na realidade, chega a Faro e Olhão e acaba. Uma ciclovia porque existe um grande potencial de turismo de natureza em Olhão que não é explorado porque não há condições, não há infraestruturas. Essas infra estruturas não podem ser criadas por empresas nem por pessoas individuais têm que ser criadas pelas entidades competentes têm que ser criadas pelo município, o município tem que tratar disso. Como estava a falar à bocadinho existem uma série de pessoas que fazem o caminho para a Fuseta e têm que passar a linha do comboio e é extremamente perigoso, só existe uma passagem que é numa curva e a pessoa tem que levantar a bicicleta e tem que passar ela e a bicicleta, é extremamente perigoso e há imensas pessoas que fazem. Não existe impeditivo das pessoas chegarem lá e depois não existe um acesso para as pessoas fazerem em segurança. Nisso eu puxo a brasa à minha sardinha e não só porque isso iria trazer condições para mim, para nós e para todos para termos mais turistas. Porque nós temos que apostar no turismo de natureza por isso a ciclovia é imprescindível. Nós queremos marcar pela diferença, pelo menos acho que é isso que Olhão pretende fazer, não tornar numa Albufeira ou numa Vilamoura acho que temos que marcar pela diferença, nós temos que apostar no turismo de natureza, nós temos a Ria Formosa aqui, a Ria Formosa é uma das sete maravilhas, nós temos tudo para apostar no turismo da natureza, falta-nos a infraestruturas e têm de ser criadas, eu acredito muito que o fator de diferenciação do turismo de Olhão é o turismo da natureza, tem que haver um investimento no Parque Natural da Ria Formosa porque nós no verão fazemos muitos passeios com escolas, com colónias de férias, este ano já foram todos cancelados, mas normalmente fazemos com colónias de férias estrangeiras, francesas, e coisas tão simples como a casa de banho quando chegamos ao Parque Natural da Ria Formosa é medonha, é medonha! Por isso tem que haver um investimento, não só termos um	ESPR19	6.

		pavilhão muito lindo onde são as conferências, onde estão as direções e as exposições dentro do Parque Natural da Ria formosa e é lindíssimo é verdade, mas para o visitante em si não, aquilo precisa de um investimento simples mas precisamos de realçar a beleza do Parque Natural. E pronto, temos que apostar no turismo da natureza.		
14	50:55.2 - 53:47.4	Aqui a questão na minha opinião nós já temos o produto, eu acho que a nossa cidade é vendável, é muito apetecível ao turismo, é muito interessante para a parte do turista para ver, para conhecer, no entanto, eu continuo a achar que precisamos de mais infraestruturas, precisamos de criar outro tipo de acessos, talvez para as pessoas aproveitarem a cidade em si. Nós podemos criar mais movimento, uma sinergia maior de pessoas, mais energia a circular pelas ruas, porque nós temos uma série de coisas que se pode fazer em Olhão, mas o problema é que não há base, não há muitas infraestruturas. Eu compreendo que elas agora estão a ser criadas e têm vindo a ser criadas muito bem. Começou tudo com o hotel Real Marina que veio logo dar um desenvolvimento à cidade, mas depois não temos estacionamento para as pessoas, para quem vêm de fora, temos um estacionamento ao lado do hotel Real Marina em terra batida, que deve ser provisório, até construírem blocos de apartamentos. Eu sinceramente acho que Olhão é um produto, é uma marca e que é vendável, temos que criar infraestruturas, temos que trazer mais pessoas para cá, tem que ser criado um pacote, podia muito bem passar pelo município, juntar uma agência de viagens e juntar vários serviços, várias atividades e vários serviços que valorizasse a terra, o concelho, quando falo em Olhão falo no concelho, podia passar por aí. Mas precisamos de infraestruturas, Olhão cresceu muito, muito rápido e as infraestruturas não conseguiram acompanhar, na minha opinião.	ESPR19	7.
15	53:47.3 - 55:06.6	Porque é aí que nós marcamos a diferença, porque quem quer um turismo só de praia ou daqueles turistas do <i>all in</i> , tudo inclusivo vai para Albufeira. Nós marcamos diferença por aí, nós damos a conhecer, nós em Olhão damos muito a conhecer a nossa terra e as nossas características em tudo, falo de nós enquanto empresa, mas se for a um restaurante típico acredito que vão aconselhar um prato tradicional, se for um turismo mais aventureiro, porque também temos aquele turismo que quer sempre o <i>chicken piri piri</i> e pronto, mas eu acho que o nosso turismo é mais aventureiro e acredito que seja por aí.	ESPR19	8.
16	55:06.5 - 57:21.7	Primeiro tem que haver um esqueleto por assim dizer, tem que ser muito bem estruturado, tem que haver investigação de empresas, quem faz o quê e planear umas férias de acordo com o que nós temos para oferecer. (...) passa pelo município, é um investimento que o município terá de fazer, porque não podemos ser ingénuos e acreditar que as empresas, as marítimo-turísticas, temos umas dez empresas	ESPR19	9.

		que fazem basicamente as mesmas coisas, tirando uma ou outra que fazem coisas diferentes. Isso tem que ser uma escolha, ou um concurso ou qualquer coisa feita pelo município, tem que ser o município a criar essa oferta de acordo com o que há. Olhão é uma marca, temos que criar divulgação, publicidade, temos que criar um produto que seja vendável no estrangeiro, temos que ir para as feiras de turismo no estrangeiro e isso cabe ao município fazer um pacote, pegar nas ofertas que há e levá-las lá fora. Fazer o papel de agência de viagens talvez, só que uma agência de viagens vende viagens para vários sítios e o município vendia Olhão só.		
17	57:21.7 - 1:03:36.0	Eu acho que devia ser, eu não vejo grande comunicação, sinceramente. Vejo um esforço da parte de todos os pequenos empresários, porque em Olhão são pequenas e médias empresas e empresários em nome individual. Mas não vejo uma divulgação nesse sentido, pelo menos não tenho conhecimento, foi criada uma aplicação e muito bem e uns hashtags, e pronto. Eu não vejo uma publicidade na televisão, num canal de televisão português ou estrangeiro promovendo Olhão. A única coisa que eu vejo é uma série de pessoas a fazer o melhor que conseguem e têm conseguido bastante. No entanto, eu reconheço o mérito do município que tem feito muito mas como lhe digo há sempre espaço para melhorar e temos que ter ideias e fazer coisas e o município tem apostado no turismo e bem agora temos que começar a vender, temos que começar a criar vontade nas pessoas virem para cá, mas na minha opinião evitando o turismo de massas porque isso iria fazer com que Olhão perdia a identidade, baseando sempre no respeito pela Ria Formosa, no respeito pela natureza e aí eu acredito que tenhamos caminho até porque é diferente, é uma diferenciação do resto do Algarve. Porque muitos turistas quando compram férias para o Algarve pensam que o Algarve é uma cidade e não uma região. Falta-nos uma campanha num turismo sustentável, que aprecie a identidade olhanense e eu acredito que é possível que consigamos trazer mais turistas para Olhão. Falando com agências internacionais, agências grandes, representando Olhão, mas quando digo representando é mesmo a marca olhanense a marca Olhão, não é aquelas férias de luxo com tudo incluído, não, é mesmo o mercado, a Barreta, as pessoas irem no ferry para ilha, fazerem um passeio numa marítimo-turística que é tão interessante, fazerem um passeio de bicicleta connosco porque não?! eu estou a tentar não puxar muito a brasa à minha sardinha, estou a tentar falar na generalidade, mas fazer passeios culturais nós fazemos por exemplo, acho que somos os únicos em Olhão que fazemos passeios pela cidade, talvez se tivéssemos mais divulgação nesse sentido teríamos mais	ESPR19	5.1

		<p>clientes. No ano passado tivemos um grupo de indonésios que estavam no hotel a fazer um congresso e acharam que precisavam de conhecer mais sobre Olhão. É isso que nós temos que valorizar é a cultural. Porque não arranjar um pacote em que mete as pessoas de bicicleta, ou de autocarro ou numa bicicleta elétrica quem não quiser ir de autocarro e ir aquela fábrica de azeite que há em Moncarapacho, porque não? Moncarapacho é giríssimo, no Carnaval podia ser muito mais divulgado é quando mexe mais. Quando as pessoas me perguntam algo mais interior eu recomendo sempre Moncarapacho e Estou, não pertence a Olhão mas eu recomendo sempre, é giro, é diferente, é um Algarve que eles não conhecem. Por isso é que eu digo Olhão é diferente em termos de turismo. (...) Olhão deve ser a cidade que tem menos turismo sazonal, ou seja, desde que nós começamos a trabalhar até agora, tirando esta situação do Covid, ok estamos num momento que é difícil para todos, estamos todos no palco, tirando este momento nós temos turismo o ano todo, o ano todo, nós e principalmente eu noto isso porque sou das bicicletas e as pessoas querem fazer coisas e de inverno também, sem ser só barcos e ilha, mas nós temos turismo o ano todo por isso também pode ser muito bem aproveitado, nós temos para oferecer no ano todo. Vai a Albufeira no inverno e está tudo fechado, em Olhão não, está tudo a trabalhar, mesmo que as marítimo-turísticas não estejam todos, tem pelo menos duas ou três marítimo-turísticas a trabalhar, os restaurantes todos abertos e isso também é importante, quando falamos do turismo em Olhão não é só de verão, muito pelo contrário.</p>		
18	1:03:35.9 - 1:06:22.1	<p>Não sei responder, sinceramente.(...). Nós, por exemplo, no passeio que fazemos pedestre vamos à igreja, explico, porque nós em Portugal somos maioritariamente católicos, mas a maior parte dos nossos visitantes não são católicos, ou são ateus ou são hindus, não são católicos então a igreja nós vamos sempre no nosso passeio. O museu eu fui lá no início, acabei por ir lá uma vez, mas acho que falta ali qualquer coisa, acabei por deixar de ir, achei que perdíamos tempo ali, que aquilo não era muito interessante.</p> <p>Aquilo ((o museu conta a história do concelho))se estivermos ali a ler mas não é apelativo pelos menos quando fazemos as experiências seja qual for a atividade passeio a pé ou passeio de bicicleta, não quero que o cliente esteja ali a fazer um frete, por assim dizer, quero mesmo que o cliente se divirta e que absorva ao máximo e depois que vá contar aos amigos todos e que seja o ponto alto da viagem dele, é para isso que nós trabalhamos. E o museu acabava por ser ali, sabe,</p>	ESPR19	10.

		eu nem sei explicar era assim uma coisa muito, era um moinho, a pessoa estava ali é interessante e tal, sim estes artefatos estavam ali no Parque Natural e na Quinta de Marim, olha que interessante, está bem e pronto era isto acabei por deixar cair esta parte. Prefiro passar mais tempo na rua, nas lendas em si, a lenda da Floripes, do Menino dos Olhos Grandes, prefiro passar mais tempo assim do que no museu por exemplo, eu acho que Olhão a nível cultural é muito mais de rua, de lendas, por exemplo a cultura é tudo muito de lendas, pelo menos é assim que eu vejo, não vejo.		
19	1:06:22.1 - 1:09:22.3	Não é suficiente, pode e deve e com certeza que irá no futuro mais oferta cultural. Nós no verão temos muita oferta cultural, há espectáculos de rua, há música, há sempre qualquer coisa a acontecer, é muito interessante, mas tudo bem que isto é um estudo para o turismo, como disse à bocadinho Olhão tem turismo o ano todo, nós só paramos um bocadinho ali em janeiro, nós na minha empresa só tiramos férias no princípio de dezembro e depois em janeiro por isso eu acho que poderia haver mais oferta cultural mesmo de inverno, apesar do tempo não permitir uma oferta cultural na rua, mas eu acho que se houvesse essa oferta as pessoas iam aderir até porque o turista procura a cultura. A Recreativa foi toda reestruturada e eles fazem um papel importante na cidade, têm uma série de ofertas culturais acho que fazem uma noite de fado por semana, todas as semanas têm coisas diferentes, têm exposições e eu acho que é muito importante e deveria haver mais, ser mais divulgado e deveria ter até a maior parte gratuita, porque estamos a divulgar a nossa cultura e só gratuitamente é que temos algum retorno. É de extrema importância, se houvesse oferta cultural maior e turismo a aceitar essa oferta cultural eu com certeza ia ponderar fazer uma atividade nesse sentido por isso acho que iria ser bastante importante, há aquele turismo que é mais independente e gosta de fazer as coisas por eles e depois temos aquele turista que gosta das atividades, ter alguém que lhe explique com mais detalhe e então eu acho que seria bastante interessante. Nós temos bastante cultura em Olhão que podemos oferecer.	ESPR19	10.1
22	1:11:10.1 - 1:14:22.0	Em termos de transportes no Algarve transportes públicos é ridículo, nós não temos uma rede de transportes públicos no Algarve. Nós temos o comboio que passa de hora em hora para Faro que é o mesmo que vai para Tavira, os autocarros são inexistentes, os minibus que surgiram há uns	ESPR19	11.

		<p>anos são importantes, acho que poderia haver mais e haver mais interligação no concelho em si porque há muitos turistas que talvez prefiram vir de minibus, vir a pé, alugar um carro ou uma bicicleta, mas os transportes no Algarve não existem, transportes públicos no Algarve é uma não realidade, não é real, por isso tem um espaço muito grande para melhorar e até criados de raíz. A rede minibus, penso eu, é gerida pela EVA, mas deve ser o município que criou tem espaço para crescer no concelho todo.</p> <p>O alojamento é muito importante, nós só temos tanto turismo porque foram criadas formas das pessoas dormirem cá, se recuarmos dez anos Olhão não tinha alojamentos nenhuns, não havia uma forma das pessoas passarem férias cá sem alugar a casa ao primo ou ao amigo do primo. Os alojamentos são muito importantes, senão o mais importante, porque tem de haver alojamentos para as pessoas ficarem porque se não o que acontece a pessoa vem passar um dia, vem conhecer Olhão e vai-se embora, o que nosso interesse é que a pessoa venha, goste, fique, gaste dinheiro com a nossa economia, volte no próximo ano, recomende e pronto. Nós temos alojamentos de muita qualidade, temos alojamentos para todas as carteiras ou para todo o tipo de turismo, os transportes são uma não realidade, são péssimos, não existe, nem vale a pena estar a alongar mais e as atividades também são muito importantes porque as pessoas estão e querem fazer coisas, há aquele cliente que não quer fazer todos os dias a mesma coisa, por isso é também muito importante.</p>		
23	1:14:21.9 - 1:15:06.6	<p>Sim, sem dúvida. È nisso que temos que apostar. Quem quer o turismo tradicional não vem para cá, vai para Albufeira, quem quer o turismo diferente como o nosso, o que nós temos para oferecer é que temos que marcar a diferença e é aí que eu acredito que Olhão vai marcar a diferença e crescer ainda mais e é para isso que eu trabalho todos os dias.</p>	ESPR19	12.
24	1:15:06.5 - 1:19:28.0	<p>Acho que se deve ouvir todos, toda a gente com certeza tem uma ideia ou que forma de pensar que poderemos juntar as melhores, algumas válidas outras não, como é óbvio podemos juntar as melhores seja em termos de associações, até mesmo de serviços públicos que não lidam diretamente com o turismo mas que vão lidando com o turismo, por exemplo, o posto de turismo em Olhão é um serviço público e ninguém sabe onde é que é e eu acabo muitas vezes por fazer o serviço de posto de turismo porque estou mais centrada. Acho que se deve ouvir todos e chegar a um consenso das ferramentas que podemos usar para desenvolver Olhão nesse</p>	ESPR19	13.

		<p>sentido.</p> <p>Para pôr em prática teria depois de ouvir as ideias todas, reunir algumas e pôr em prática, mas isso é mais complicado. Uma democracia tem de ser todos, é assim que funciona a democracia, nem o público teria mais força que o privado nem o privado teria mais força que o público, no entanto, não sei se o privado não está mais consciencializado para o que efetivamente é pedido porque o público acaba por estar em relação ao turismo acaba por estar envolto numa bolha que os privados não têm essa bolha, ou seja, a constatação da realidade é mais real por parte do privado do que por parte do público. Acho que o turismo do Algarve tem feito um bom trabalho especialmente nesta altura de epidemia e o município também poderá fazer um bom trabalho, mas eu não vejo qualquer dinamismo por parte do município em relação às empresas de animação turística por exemplo. Seria de extrema importância, tinha que ser mesmo, não pode ser de outra forma porque o público está naquela bolha que não é real, eles não têm conhecimento efetivo da realidade, o público fazem o melhor conseguem com o que sabem e não têm uma consciência real das situações então estão envoltos numa bolha é mais fácil de lidar do que o privado, o privado nós não temos bolha nenhuma, nós temos que fazer as coisas acontecer. Hoje os empresários portugueses e algarvios têm uma criatividade gigante e por isso acho que essa criatividade e esse conhecimento tem de ser tido em conta não pode ser só uma decisão do público.</p>		
25	1:19:27.9 - 1:20:11.6	<p>Eu não tenho muito conhecimento de causa, a nível cultural o setor público deveria procurar conhecer as ofertas culturais da cidade e aí sim chegavam a um acordo, não convém ser só o setor público a decidir tudo sozinho para a coisa funcionar. Com certeza alguém que tem uma experiência cultural muito mais diversificada consegue ter mais ideias ou mais conhecimento do que eu nesse sentido. Têm que participar todos, nem vejo isso ser de outra forma para resultar, podem fazer e não participar todos e depois pode não resultar.</p>	ESPR19	14.
27	1:22:11.7 - 1:23:07.4	<p>Eu acho que ao longo desta conversa fui referindo a minha visão e acho que não tenho nada a acrescentar, no entanto, temos sempre que pensar que temos de falar de Olhão como um marca, Olhão vende e isso tem de ser trabalhado.</p>	ESPR19	15.

ESPR 20

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:14.0 - 0:54.1	Em termos globais toda a gente sabe que quem salvou o país foi o turismo. Infelizmente neste momento o turismo tem um peso muito importante no PIB, até importante de mais é um excesso de importância no PIB e vê-se agora nesta situação o resultado. Acho que o PIB depende do turismo não me lembro bem, mas acho que são treze ou quinze por cento o que é muito para um país depender de um único setor neste valor	ESPR20	1
3	3:11.6 - 5:17.6	É a mesma coisa. Até ao momento a estratégia tem sido errada. Aliás no concelho o turismo foi um acaso não resulta de uma estratégia desenvolvida pelos responsáveis do concelho, foi um mero acaso. O turismo aconteceu essencialmente porque houve meia dúzia de pessoas externas que descobriram isto e pelo facto de terem alguma influência divulgaram o território e que atraíram o turismo. Não houve uma estratégia de promoção/ procura na área turística, isso não é verdade isso até merecia um estudo relativamente a Olhão. A Câmara diz que o grande fator de desenvolvimento em termos turísticos foi o hotel, não acredito muito nisso o hotel teve muitos anos os quartos estiveram à venda ao preço da chuva houve outro fator que permitiu, além da crise nacional, foi os problemas que houve no Norte de África, muitos franceses passavam uma época e viram os problemas que houve no Norte de África, segurança e as pessoas começaram a procurar outros destinos e descobriram aqui Portugal também e descobriram Olhão. Não houve uma estratégia localmente para atrair o turista, isso não é verdade.	ESPR20	1.1
4	5:17.6 - 5:46.9	O desenvolvimento sustentável não põe em causa os recursos e permite que as futuras gerações tenham um futuro, não se esgote os recursos imediatamente para o futuro, que as futuras gerações possam continuar neste território.	ESPR20	2
8	13:18.1 - 14:15.3	A perda de identidade, aliás, hoje já se discute isso em Lisboa. Quem é que faz os Santos Populares em Lisboa? Quando aquela gente toda, os mais antigos morrem, outros são	ESPR20	3.

		expulsos dos seus bairros, quem é que faz isso? Ninguém faz, e perde-se uma cultura e Olhão é igual, já perdeu há muito tempo por outras razões. Agora com pessoas que não se identificam com o território, são de fora ainda mais se nota isso.		
10	19:40.6 - 20:10.9	Não, não tem, tem sido à vista, não há uma estratégia, quer dizer há uma estratégia quantos mais vierem melhor, porque assim alguns faturam mais. Depois as consequências de isso tudo: destruição de tudo o que já falamos.	ESPR20	4.
11	20:10.9 - 22:02.9	Baixa, praias, a zona histórica, os mercados essencialmente isso. Olhão não tem condições e não me interessa isso ser um turismo de massas. Temos de ser um nicho de alta qualidade e não pode ser o principal ou a mais importante atividade senão estamos tramados. Porque para já isto não traz valor acrescentado, isto não resolve o problema da educação da população que temos, o turismo não precisa de grandes qualificados, é a senhora que vai fazer a limpeza a casa e fazer a caminha, é isso só? Qual a mais valia e valor acrescentado que isso trás para o território, qual o aumento da qualidade de vida para as pessoas? Qual o valor médio dos ordenados no turismo? É isto, não é por aí que consegues o desenvolvimento e o aumento da qualidade de vida de um território, com este tipo de turismo e apostando só no turismo.	ESPR20	5.
14	26:20.0 - 29:12.1	Não acredito que aquele tipo de pessoas que se tenha instalado, investido, comprado casa o tenha feito pela promoção feita pela Câmara, não acredito. Acho mais que tenha sido mais por meia dúzia de pessoas que aí estão com alguma influência, umas estrangeiras e algumas nacionais tenham promovido o destino junto desses mercados. Tens o Pierce de Lars, esse homem fez imenso por Olhão e não andou aí, é o boca a boca, ele conseguiu o boca a boca e como ele há mais uns quantos que têm feito isso, promover o território. Não acredito que tenha sido a promoção da Câmara que tenha sido o fator fundamental de atração para Olhão. Por exemplo esta insistência no foliar, acho que não é esse tipo de turismo que precisamos, vamos focar num nicho muito particular de pessoas, com rendimentos altos que querem outro tipo de turismo, querem dispersão, querem passar despercebidos e esse tipo de pessoas que temos aí não imaginamos o que elas são ou o que elas foram nos países delas com grandes responsabilidades. Não acredito muito na promoção que é feita, não tem	ESPR20	5.1

		<p>estratégia, voltamos ao mesmo, acho que não tem havido estratégia nenhuma com objetivos concretos o que queremos ir e até onde, acho que isso é fundamental. Volto a dizer uma coisa é uma cidade ou um concelho com quarenta e cinco mil habitantes é uma tipo de qualidade de vida que o território pode oferecer outra coisa é querer ir para os sessenta mil ou cem mil a qualidade ai vai diminuir, quanto mais vamos aumentando a qualidade de vida diminui.</p>		
15	29:13.4 - 30:36.0	<p>O que eu acho que devíamos fazer era discutir com os agentes do território, não é alguém sentado num gabinete que define, as pessoas é que têm de definir até estão dispostas. Nós no máximo dos máximos queremos ser um pequeno núcleo de cinquenta mil habitantes, isso não pode ser feito no espaço do concelho, fechado, porque a população em si, os agentes locais têm de ser envolvidos se não não consegues, ou todos falamos e temos um objetivo comum e falamos a mesma linguagem ou não consegues. Aliás quando isto é definido nos gabinetes as pessoas não sentem isto como delas, não há um objetivo coletivo, alguém se lembrou, lá num gabinete por algum interesse fazer aquilo, depois as pessoas não sentem que aquilo é delas, não se envolvem e só têm os resultados.</p>	ESPR20	6.
16	30:36.1 - 31:24.1	<p>Os produtos, tens que oferecer o que tens, o que tens inicialmente, tens gastronomia, tens produtos do mar podes oferecer, tens a gente de Olhão, alguma gente característica diferente dos outros territórios, se fores a Tavira já é diferente, as pessoas são diferentes, apesar de termos um território muito pequeno mas somos muito diferentes uns dos outros. Se fores para Faro as pessoas são completamente diferentes de Olhão, se fores para Tavira são diferentes. O produto que tens aqui qualidade de vida, segurança, bem estar, tens gastronomia, tens a vantagens de estar a dez quilómetros do aeroporto internacional, tens a praias também acho que já tinha dito não tens muito mais, a verdade é essa. Em termos culturais tens pouca coisa, ou crias produtos ou recuperas alguns se não tens, em termos culturais somos um território muito pobre em termos de oferta cultural genuína, deixamos morrer tudo o que era nosso, por exemplo, nós tínhamos condições para o São João, faz parte da nossa tradição, Tavira recuperou os efeitos nas ruas, conseguiu, nós perdemos isso, imagina o que seria Olhão neste momento com o turismo que tem se levasse o mês de junho com os Santos Populares, como se fazia antigamente como a decoração das ruas, era</p>	ESPR20	7.

		<p>uma loucura, vê-se em Lisboa o turista adora aquilo. Agora imagina, já foi nosso, já tivemos isso, agora imagina o que seria o mês de junho com os Santos Populares em Olhão, eu acho que era um produto muito bom para oferecer ao nosso turista. Depois tens a Ria Formosa que já vai sendo explorada, já tens uma série de empresas, pequenos negócios que fazem os percursos aí na Ria Formosa, agora o risco disto é haver uma grande procura e a massificação e destróis isto tudo. Não podemos ir para a massificação se não destróis e perde a qualidade</p>		
17	31:14.1 - 34:16.7	<p>É muito importante, geralmente as pessoas com as experiências que têm no território ficam marcadas, marcas as pessoas. Nós, aqui, as pessoas ficam muito marcadas, por exemplo, com a gastronomia e às vezes voltam devido à gastronomia. Outros também voltam devido o que eles falam muito é que em aqui em Olhão há muitas pessoas quer seja na rua, que seja no verão ou que seja no inverno, muitos estrangeiros optaram por Olhão porque dizem eles porque há sempre pessoas na rua, se vais a Quarteira no inverno aquilo é um deserto, é turístico. O que eles dizem é que ((Olhão)) é um destino que tem pessoas, tem pessoas locais. Enquanto que há outros territórios que já perderam as suas características e já não tem vida própria, Quarteira, Albufeira não, eles aqui dizem que não e conheço muitos que dizem isso, por isso é que optaram por Olhão. Há sempre pessoas locais o ano inteiro, tem vida, isso também é um fator que levou as pessoas a escolher Olhão.</p>	ESPR20	8.
18	36:12.3 - 38:11.2	<p>Pois, valorizadas podiam ser, mas volto a dizer tinha que haver um grande trabalho conjunto, que não há neste momento, não há trabalho conjunto entre todos os agentes a restauração, o pessoal dos passeios, outras ofertas que haja aí, oferta cultural, não há uma coordenação desses setores. Cada um por si, faz as suas coisinhas, não há uma coordenação, deveria haver. Mas isso é a tal coisa, volto a dizer o que disse há pouco, uma definição de uma estratégia para um território só tem sucesso se os agentes desse território forem envolvidos, se os agentes do território não forem envolvidos não sentem que aquilo é deles e como tal não há sucesso para essa estratégia. Qualquer estratégia para um território passa sempre pela envolvência dos agentes desse território, se não houver envolvência das pessoas, falha, não funciona porque a estratégia tem que ser definida. É lógico que quem orienta tem pode sempre influenciar e deve influenciar quem está no poder, mas tem que</p>	ESPR20	9.

		ter abertura de ouvir os agentes, os agentes ao participar sentem que aquilo é deles, é um objetivo comum e se não houver um objetivo comum não há estratégia que funcione.		
19	38:11.2 - 41:14.9	Já te falei num os Santos Populares, é um erro não recuperarmos os Santos Populares. Uma vez fui ali a Espanha, a sul de Valência chegamos lá de noite e havia faixas por todo o lado, tinha havido um concurso, era um prato típico lá da zona e nós o que é isso, houve outros concorrentes? Só houve três. Nós temos as lendas por exemplo, pode ter existido uma coisa muito pequenina, temos que desenvolver aquilo, aumentar para vender aquilo, às vezes há coisas pequenas num território, uma lenda ou uma coisa, que se pega naquilo, desenvolve-se aquilo e consegues ter um produto para vender. Temos que pegar na nossa história, nas coisas que tenhamos fazer um embrulho muito bonito e criar ali um produto para vender. Agora em termos culturais tens isso, tens a pesca, já li várias coisas, acho que em Itália o pescador como a pesca hoje já não dá, há momentos do ano que o pescador e ele paga não é, leva turista com ele a pesca para crer como é a vida de um pescador por exemplo. Quem diz isso diz um agricultor, há coisas tradicionais nossas que podia ser um produto de oferta. Imagina os pescadores começarem a levar turistas na faina, é um produto, imagina aí na apanha da azeitona também permitir que o turista tenha essa experiência de participar na apanha da azeitona. Nós não temos uma grande riqueza cultural, temos que criá-la para vender o produto.	ESPR20	10.
20	41:14.9 - 43:50.8	Que ofertas é que tu tens para oferecer ao turista? Eu estou a ver o turista de massa quando se fala do Festival do Marisco, mas acho que isso não tem interesse. Aliás, acho que o Festival do Marisco está completamente ultrapassado, aquilo teve uma função sim senhor e concordo, foi divulgar o nome de Olhão pelo país fora. Está conseguido, hoje as pessoas podem não conhecer Olhão, mas raro é o que nunca ouviu falar do Festival do Marisco de Olhão, o objetivo aí foi conseguido. Os moldes de funcionar daquilo está completamente ultrapassado, não faz sentido as pessoas andarem ali aos empurrões e a correr duns para os outros, para ir buscar marisco, para ir buscar a bebida. Em termos culturais era pegar duas ou três coisas nossas típicas e recuperá-las, uma delas já te disse os Santos Populares, na Páscoa tens uma coisa: a vila de amêijoas que tem toda uma tradição ali à volta. A Páscoa é o início das grandes férias do ano, é um evento que podias pegar nele e desenvolvê-lo, era	ESPR20	10.1

		tradicional na nossa terra e pegar em mais dois ou três, não me estou a lembrar de coisas nessas. De repente lembrei-me de uma coisa, não sei quanto é que investiram no concurso do foliar, então façam uma feira do foliar, época mais baixa, por exemplo, concurso de foliar, assim como fazem lá em cima a feira dos enchidos. Era pegar em mais duas ou três coisinhas ao longo do ano, coisas nossas e desenvolver.		
23	45:51.5 - 46:42.9	As pessoas, acho que aqui no nosso caso as pessoas são muito importantes. São uma razão de escolha aqui do nosso território muitos dos estrangeiros são as pessoas, são diferentes, mas vamos perder isto com a evolução dos tempos não é, acho que era importante não perdermos as nossas características.	ESPR20	11.
24	46:42.9 - 50:55.2	Não estou muito por dentro disso. Nós como estamos cá, é difícil, já estamos habituados a muita coisa. Acho que em termos ambientais há aí passeios, na natureza na Ria penso que as pessoas ficam marcadas por isso, pelo que conseguem ver em termos das aves, acho que as pessoas ficam com essa experiência. Gastronomia acho que também é importante, acho que as pessoas também ficam com experiência da gastronomia e gostam. Em termos ambientais não vejo assim, acho que no nosso caso em termos ambientais é mais virado para a Ria. Não estou a ver nenhuma oferta cultural que seja fundamental para a pessoa tomar a decisão de vir a Olhão, aquele evento, aquela coisa que a pessoa diga no próximo ano venho cá. Não estou a ver, neste momento não estou a ver. Voltando àquela ideia, se conseguíssemos recuperar durante o mês de junho ter as ruas enfeitadas como antigamente, acho que isso aí sim. Por exemplo, uma coisa, muito simples, agora lembrei-me de uma coisa também tradicional nossa, que é o enterro do Entrudo. Houve um acho que é inglês, há uns anos atrás, sabes que ali na baixa há ali umas pessoas que ultimamente têm feito todos os anos o enterro do entrudo, (...) há ali umas pessoas muito olhanenses de um café, um casal e há meia dúzia de anos retomaram esta tradição e na quarta feira a seguir fazem ali na rua do Comércio, rua Vasco da Gama. Acho que o sr. é inglês, convidaram para participar, para fazer de padre, ele agora faz questão de todos os anos, naquela altura, estar cá para participar. Não sei se foi este ano ou se foi no ano passado ele, por exemplo, teve que se ir embora no sábado mas na quarta feira estava cá para participar naquilo. Isto é único, nunca tinha visto aquilo, e ele faz questão de estar cá todos os anos para estar cá naquela altura para	ESPR20	12.

		participar. Queres melhor exemplo que este como experiência?(...) Está aqui um exemplo.		
25	50:56.7 - 54:53.8	<p>Não podes fazer um planeamento de turismo sustentável ou de outra coisas qualquer se não tiveres a participação de todos os agentes. Agora imagina se a Câmara toma a decisão de fazer um planeamento, não fala com ninguém, achas que funcionar no terreno? Toma uma decisão faz o planeamento, dois antes vem alguém à porta, amanhã vamos ter este evento era bom que vocês também viessem. A partir de amanhã, se a restauração fizesse aqui a semana da cavala, achas que isto tinha sucesso? Não, se fosse um planeamento a sério, no início era juntar esta gente toda, fazer um planeamento em conjunto com todos, ouvir todos e as ideias de cada um e dali sair o planeamento, aí tinham a envolvência de toda a gente. O que costumamos ter aí é coisas avulso, aquilo não tem nada, não há estratégia por trás daquilo. Alguém se lembrou vamos fazer aqui a semana da cavala, outro não sei quê, não há planeamento. Haja planeamento, mas o planeamento só tem sucesso, mais uma vez, se houver envolvimento de todos, todos têm de participar, se não, não vale a pena.</p> <p>((Pôr em prática)) Depende do que estamos a falar, há algum evento que são mais uns que vão participar, há outro que são outros, depende do caso concreto de cada evento. Depende do caso concreto, mas têm que ser envolvidos, faz-se muito por esse mundo a fora no mundo na área da restauração, aquelas semana gastronómicas. Vamos falando e vou-me lembrando de coisas, o xarém é um prato nosso, não é? Há promoção, já alguma vez viste uma semana gastronómica do xarém, não viste? isso tem que ser com planeamento, não pode ser alguém se lembrar, o teu colega de curso por exemplo, um ano lembra-se quinze dias antes: "É pá, se calhar era bom que a gente criasse aqui uma feira do xarém" e depois no próximo ano já não há, já não se faz nada. Não é assim que se fazem as coisas. Por acaso, lembrei-me desta do xarém, é também típico nosso, é uma forma de promover pratos nossos. Atrás tem muita gente, bem feito e com o tempo, envolvimento de todos. Ao nível da gastronomia tínhamos muita coisa para fazer. A gastronomia é uma experiência que levas na barriga e não te esqueces.</p>	ESPR20	13.
26	54:53.7 - 54:54.6	<p>Todos, não precisam de fazer essas perguntas, sempre que fazem essas perguntas já sabes a minha resposta, tudo o que é essas coisas é sempre todos devem participar, todos os agentes devem participar, devem ser envolvidos senão não têm sucesso, não vale a pena, se</p>	ESPR20	14.

		<p>queres ter sucesso nessas coisas todos os atores do território têm que ser envolvidos. Estamos a falar da área cultural tudo o que é agentes dessa área, todos os agentes dessa área devem ser envolvidos. Se estamos a falar da área da restauração dos os agentes dessa área devem ser envolvidos, se queres um planeamento turístico global então, é a comunidade, são os agentes, é a comunidade que têm de ser envolvidos, não vale a pena, se não houver envolvimento de todos os agentes, de todos os atores do território isso não tem sucesso, só assim é que faz sentido, só assim é que as pessoas sentem que o território é delas, que elas participam.</p>		
28	58:02.7 - 1:00:45.5	<p>Um fator importante é a liderança, a liderança é muito importante. Num território há uma liderança que é a autarquia, é o líder de um território no nosso caso, agora tem que se partilhar e envolver todos os atores do seu território. A liderança quer dizer que é ele ou a Câmara sozinha que decide que determina isso já foi no passado, isso antigamente era assim, hoje os territórios mais desenvolvidos, onde há melhor qualidade de vida, onde as pessoas são mais felizes, são aqueles territórios onde há participação das pessoas, onde as pessoas são envolvidas, onde a comunidade decide. Se o território tiver um objetivo, se as pessoas não participaram nesse objetivo não sentem que isso é delas e não vão trabalhar, lutar para atingir esse objetivo. Um exemplo tu tens as campanhas da limpeza que há aí do lixo tu não vais lá com cartazes isso é treta, tu gastas o dinheiro com os cartazes, com a publicidade e no fim estás igual não resolveste problema nenhum. Tu só consegues resolver se envolveres as pessoas nessa estratégia, se fazes a estratégia do lixo zero neste caso concreto se fazes, como é que fazes através da publicidade, dos papéis e de slogans e dessas coisas não chegas lá, chegas ao fim gastaste dinheiro e o resultado é o mesmo, continuas igual porque não envolveres as pessoas, é necessário envolvê-las para as pessoas sentirem que o objetivo é delas e elas participaram na definição do objetivo.</p> <p>Em Olhão é muito complicado e enquanto não resolverem este problema agora vou repetir o que disse da formação das pessoas, ou tu crias condições para atrair outro tipo de pessoas para aumentar a qualificação dos recursos deste território será muito difícil. Tens que criar condições para atrair, para tornar este território atrativo para outro tipo de pessoas viverem cá, pessoas mais qualificadas para conseguires aumentar a qualificação dos agentes deste</p>	ESPR20	15.

		<p>território. Porque com o tipo de pessoas que tens neste momento, isto foi uma estratégia que permite que certas pessoas continuam a manter, quanto mais tiveres uma população pouco formada, pouco educada é mais fácil controlar. E se queres sair disto a única solução que tens é tentar dares um aumento na formação das pessoas e atrair outro tipo de pessoas para cá, criar massa crítica porque não tens massa crítica em Olhão, não há. Isto são coisas para longo prazo, não consegues alterar isto no curto prazo, estratégias de longo prazo.</p>		
--	--	--	--	--

ESPR 21

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:02.4	Eu entendo que o turismo é bom seja para que local for, especialmente o nosso país. O turismo faz falta. Para desenvolver todos os níveis, uma vez que cria emprego, as pessoas estão ocupadas sendo assim entram na economia, se estivessem paradas e acederem a um posto de trabalho que o turismo disponibilize, tudo isso faz com que a economia por consequência mexa e cresça. É bom, é sempre bem vindo o turismo, aliás como a nossa terra está configurada à beira mar na zona onde fica é estratégico o turismo.	ESPR21	1
3	1:56.7 - 2:26.4	É como eu já lhe disse é bom que haja turismo, mas pensarmos que o turismo por si só resolve os problemas todos não vai resolver de maneira nenhuma porque não há bela sem senão, muito turismo também encarece a vida da população residente, tem essa parte negativa mas pronto entre o prós e os contras é melhor ter turismo do que não ter turismo, claro, serei sempre a favor do turismo.	ESPR21	1.1
4	2:30.9 - 4:29.0	Para mim o desenvolvimento sustentável é um desenvolvimento montado em várias áreas de atividade, por exemplo, a nossa terra sempre se desenvolveu o grosso da população ia buscar o sustento à Ria Formosa e às atividades piscatórias, agora até mais na Ria se calhar, marisco e coisas do género, eu acredito que o turismo por si não resolve, mas sendo bom precisamos de desenvolver outras atividade em Olhão, por exemplo, em redor de Olhão a agricultura, não sei não sou entendido na matéria não sei se poderá ser mais desenvolvida, outras áreas que a gente pode oferecer a quem nos procurar, não sei até que ponto as conservas possam ser mais aproveitadas, eu não estou dentro dessas coisas mas acredito que o futuro só é possível com várias atividades a desenvolverem-se ao mesmo tempo, é como a gente tem agora esta crise com o Covid, nós aqui estamos muito montados no turismo vamos levar possivelmente muitos	ESPR21	2.

		meses ou se calhar até anos e eu penso que temos que ter muitas atividades juntas e não o turismo por si só, eu acredito que só assim podemos desenvolver mais.		
8	11:44.7 - 12:36.2	A nível cultural também acho que seja bom a gente poder se misturar, entre aspas, com outros, conviver, conhecer a maneira como é que eles vivem, como é que vivem na terra deles, para eles poderem ver como é que a gente vive, para interagir uns com os outros, às vezes com línguas diferentes nem toda a gente tenha conhecimento de outra língua que a nativa mas julgo que é bom, é sempre bom a gente trocar impressões com outras culturas, com outras formas diferentes de viver, às vezes com diferentes níveis sociais as pessoas darem-se a conhecer uns aos outros de zonas diferentes da Europa ou de outros países não vejo problema nenhum antes pelo contrário faz parte do desenvolvimento da pessoa.	ESPR21	3.
10	15:57.1 - 17:44.3	Eu acho que até agora Olhão tem tido um desenvolvimento bom, não acho muito bom, acho bom, porque é assim Olhão está-se a desenvolver num modelo, eu não quero levar isto para a política, num modelo que eu acho que é muito pensado em momentos do ano é tipo o Festival do Marisco e acho que isso é um pensar pobre, a gente pensar que só nos dias de agosto Olhão tem de estar bem tratado e bonito, acho que esse modelo não me revejo nesse modelo, como já disse jamais serei contra o turismo acho que temos que pensar um bocadinho mais além e ter um bocadinho mais de ambição, a gente pensar que aqueles 15 dias resolvem os problemas todos da terra é a maior ilusão e eu tenho sido sempre e serei sempre contra a maneira como se faz a tal festa do marisco, não sou contra o Festival do Marisco sou contra a forma como se faz o Festival do Marisco e acho que o turismo que está desenvolvido em Olhão muito na base da ponta do hotel ou seja, na parte poente da cidade, acho que podia e devia ter um desenvolvimento, e acredito mesmo que podia ter um desenvolvimento maior e melhor do que aquele que tem tido, se bem que volto a dizer é bom mas podia ser muito bom.	ESPR21	4.
11	17:44.3 - 21:28.3	Eu como sendo de Olhão e se me perguntarem a maneira de apresentar a minha terra ainda há bocado falei nisso é a maneira de ser das pessoas, o olhanense é melhor para o de fora do que para o próprio olhanense, é a primeira coisa depois é assim a gente não tem o que os outros têm que são as tais praias, Quarteira, Albufeira bandeira deles são as praias, volto ao que disse é as pessoas e depois é sentem-se numa mesa na baixa de Olhão ou ali numa tasca, num restaurante	ESPR21	5.

		<p>ali têm tudo, têm as pessoas têm a comida, acho que é uma das coisas que a gente tem mais para cativar, temos as ilhas ainda estão pouco exploradas, mas é a tal coisa se vier para cá muita gente vamos perder o amor por elas derivado à quantidade muita gente que possa ver. Basicamente é isso que diria às pessoas malta de Olhão é espetáculo e para comer come-se razoavelmente bem em relação às outras terras do Algarve ainda tem, uns preços mais ou menos, acho que isso é a imagem mais forte da nossa terra, acho que devia ser incentivada a manter, eu também sou suspeito em falar nisso porque eu trabalho ali com o peixe e sirvo restaurantes sou um bocadinho suspeito de falar nisso, porque eu tenho clientes, isto mesmo verdade o que vou dizer, pessoas que vêm de lá de cima de Cascais, temos uma família que tem casa em Olhão vêm se calhar 5, 6, 7, 8 vezes no máximo a Olhão e ele tem outra casa na zona da Serra da Estrela e ele diz que acredita que é a terra em Portugal que acredita que compra a melhor comida, os víveres é a nossa terra, ele vem aqui ao mercado, quando digo isto às pessoas ficam assim um bocado confusas, ele leva um jipe para cima com carregado desde o peixe, pão, fruta, legumes, leva tudo, é um cliente que me faz encomenda por telefone, nunca há longos anos só que ele me diz é quando chega a casa e acondiciona as coisas, dá-me quase sempre os parabéns, é verdade pela qualidade dos produtos que eu ofereço e fala-me das coisas que leva daqui, é verdade já há muitos anos e continua vir cá e pronto acho que a gente tem a nossa comida, o que se produz nesta zona e que a natureza nos dá, o mar e tudo, é muito bom mesmo, acho que isso é uma coisa muito forte que a gente tem mesmo, por exemplo, devia ser projetado dentro de Olhão mais acontecimentos ligados à gastronomia local uma coisa para promover o turismo acredito que seria bom.</p>		
14	24:53.2 - 25:45.4	<p>Sim, acho que sim, portanto quero acreditar que sim, que a imagem de Olhão está a ser bem promovida, se pode-se fazer mais? Também acredito que sim, temos que reconhecer que Olhão hoje é mais falado, mesmo na parte do turismo é mais conhecido, está a ser promovido em relação ao que era há alguns anos acho que sim.</p>	ESPR21	5.1
15	25:45.4 - 27:27.9	<p>Apostas para Olhão enquanto destino turístico neste momento eu acredito que Olhão tem e devia ser explorado e que eu acredito que é uma zona que tem um potencial enorme que é os Cavacos, assim como a parte poente da cidade, ou seja a zona do hotel onde está a marina, aqueles viveiros antigos e as salinas, acho que são 2 zonas que estão muito mal aproveitadas, a</p>	ESPR21	6.

		horta da Câmara inclusivé, quem nos visita é uma zona de Olhão que está muito maltratada, acho que devia ter outro tratamento, outra vista, ali a zona da horta da Câmara e essa parte toda aí da cidade, acho que é uma zona que está muito pobrezinha, acho que quem nos visita pela primeira vez que entra pelo lado de Faro temos de um lado o hotel e os apartamentos que dão uma certa vista atual e moderna quem olha para a direita é um contraste acho que devia estar melhor do que está.		
16	27:27.9 - 28:30.7	As pessoas, o que Olhão tem que é único é as pessoas e depois tem outras pequenas coisas, mas acho que a maior riqueza de Olhão são as pessoas, temos zonas de Olhão que são realmente lindas, maravilhosas que é a Barreta, o Levante, os mercados eu também sou suspeito de falar, acho que aquela coisa dos bares tiram-lhe a originalidade mas enfim. Essas zonas históricas é o principal, as praças também são importantes, mas estão mal tratadíssimas quanto a mim.	ESPR21	7.
17	28:30.7 - 30:09.9	É pá, portanto, dar a conhecer aquilo que é nosso é bom , se bem que eu tenho uma opinião que a maioria das vezes as pessoas que estão metidas nessas coisas quem vem de fora isso não é o principal que a gente deva divulgar o que é nosso da nossa terra sou a favor, acho bem mas ficarmos convencidos que o turista ali ver a fazer um foliar, ou vai ali ver apanhar umas amêijoas, ver tirar a espinha ao biqueirão e o turista fica apaixonado pelo que está a ver eu não acredito muito nisso, acho basicamente o que eles querem é o tal calor humano que a gente lhes pode dar que pode até pode ser através de fazer um foliar ou tirar a espinhas ao biqueirão para um estrangeiro e dar-lhe um sorriso e ele ficar todo contente com isso. Mas acho que no todo é a gente ser calorosos com eles seja no que for não é preciso fazer folares ou a amanhar peixe ou a apanhar marisco, acho que isso não é o mais importante.	ESPR21	8.
18	30:09.9 - 31:55.8	Quando eu lhe falei ainda há bocado das mostras gastronómicas, por exemplo uma mostra de foliar porquê que tem que ser na Páscoa? Porque não pode ser quando há mais turistas para ver? Porquê que só se come amêijoas na Páscoa porque não se faz uma festa noutra altura do ano? Porquê que só se come marisco no Festival do Marisco? Essas coisas acho que qualquer altura é boa desde que haja organização, por exemplo, vou falar de uma coisa que ainda não falei e que acho que devia ser uma aposta forte de Olhão o peixe seco, porquê que não se faz uma mostra gastronómica ao peixe seco como se faz ao marisco? É pá, é a gente pôr em prática é dar a eles a	ESPR21	9.

		provar uma coisa que é nossa é diferente de convidá-los para fazer, acho que é mais fazer uma mostra e eles terem acesso a um prato que já feito do que pôr eles a fazerem o litão ou fazer o foliar, pronto está ali, é um acontecimento gastronómico, agora está uma barraca com folares, ou 2, está outra com litão, está outra com amêijoas, está outra com conservas, outro com peixe seco e por aí a fora e se quisessem também podiam fazer, toma lá um avental se quiseres pode vir para aqui e se ASAE permitir, não é? Mas pronto acho que isso não é por aí, pô-los a fazer folares não é por aí que eles vão gostar mais de Olhão ou da nossa terra.		
19	31:55.8 - 33:53.2	É pá, a nível cultural vamos lá ver uma coisa o que a gente pode entender a nível cultural é muito abrangente, a gente aqui no nosso Olhão o que é que a gente pode oferecer culturalmente a um estrangeiro que nos visite?Sinceramente eu não sou muito dado a essa área, gosto de conviver com as pessoas, mas não é o meu forte, não serei um opinador. O que é que eu posso dizer? Era o que estava a falar há bocado não sou frequentador (museu), não sei dar uma opinião sobre o que é que o nosso museu oferece, não vou fingir que sei, que não sei, nunca lá entrei, mas pronto quero acreditar que teremos uma oferta, o museu, o palácio do João Lúcio, onde era o hospital velho (biblioteca municipal), eu nisso estou muito afastado não vou dizer o contrário, temos alguma oferta para dar a eles, a quem nos visita, não posso dizer se é suficiente ou insuficiente, não sei.	ESPR21	10.
20	33:53.2 - 35:25.1	Eu acho, vamos lá ver, é importante dar a conhecer o que é nosso, a nossa maneira ser o que fazemos, aquilo que a gente acha que é bonito dar a conhecer aos outros, é bom, é importante mas não passa muito por aí, eu pessoalmente não acredito que a cultura por si só consiga trazer, especialmente para a nossa zona, não acredito que seja a cultura uma área muito impulsionadora de turismo para a nossa zona, haverá outras coisas que são muito mais apelativas, não acredito muito que seja a cultura não.	ESPR21	10.1
23	36:40.7 - 37:24.6	Mais importante, é pá, dentro do que falou, acredito muito que a nossa gastronomia é das coisas mais fortes é importante que a gente tem para cativar e puxar turismo, é a mais forte ou está entre as mais fortes.	ESPR21	11
24	37:24.6 - 39:01.2	É pá, eu conhecendo, como já disse a parte ligada à natureza a mais importante ou das coisas	ESPR21	12

		<p>mais importantes que a gente precisa para sobreviver e a cultura também é importante e eu não verei uma importância maior para a cultura, outras pessoas verão de outra maneira ainda assim o ambiente não será das coisas que mais cativará o turismo a vir para a nossa terra, é importante mas não será das mais importantes, não. Está-se a fazer o suficiente, pode-se fazer mais? Suficiente nunca é, pode-se sempre fazer mais. Agora como eu já disse, mais do que a cultura ou o ambiente, a gastronomia e o ambiente são mais importantes para atrair e puxar o turismo para a nossa terra.</p>		
25	39:01.2 - 41:39.8	<p>É pá, eu acho que isso deve ser extensivo a todos, porque a gente não pode pensar que só a população, ou só o poder local ou outras instituições é que podem fazer as coisas, em termos de turismo tem que ser orquestrado entre todos, tem que ser um trabalho de equipa, não é o turista fazer uma viagem maravilhosa de avião, põe os pés em Faro e é para andar ao Deus dará, não? Temos que ser todos, desde o primeiro contato que ele tenha, até ao agente da autoridade, ao médico, ao peixeiro, seja quem for isso passa por todos, e a gente aqui no Algarve temos que estar conscientes foi até aqui (turismo) e será no futuro muito importante para a gente, especialmente para a gente, o nosso modelo tem-se desenvolvido mal ou bem na base do turismo, portanto, que ele chegue cá feliz e saia contente.</p> <p>((operacionalização)) Todos sem exceção, passa por nós todos, se a gente pensar que é só a pessoa que está atrás do balcão tem que sorrir obrigatório não, isto passa por todos, não temos que sorrir obrigatório para ninguém, mas eu acredito que entre dar um sorriso ou dar uma fronha o trabalho é o mesmo e o retorno que a gente possa ter com um sorriso não é o mesmo retorno que possa ter com uma fronha, acredito muito nisso, fazer bem e mal dá o mesmo trabalho se a gente fizer bem até se sente melhor.</p>	ESPR21	13
26	41:39.7 - 43:16.2	<p>É pá, eu também acho que são todos, a gente na nossa vivência diária estamos a praticar cultura, eu por exemplo no meu trabalho não deixo de praticar de certa forma, cultura hoje pode não ser visto como tal, amanhã vai ser, quem diz eu diz outra pessoa qualquer, portanto, acho que cultura está muito relacionada com a vivência das pessoas, o que é que as pessoas desenvolvem o que é que as pessoas fazem acho que está muito relacionado, a cultura é uma coisa quase natural, acho que sim, acho que isto diz respeito a todos.</p> <p>((Operacionalização)) acho que sim, isso passa por todos, especialmente nas casas nas famílias,</p>	ESPR21	14.

		nas escolas, a gente quando transmite aos nosso filhos o que fazíamos e o que fazemos, claro que isto está tudo a mudar, está tudo a inovar, está tudo a fazer as mesmas coisas de maneira diferente, tudo isso faz parte é o tal trabalho de equipa.		
28	44:16.3 - 47:17.6	<p>É pá, assim de momento não estou a ver, não estou mesmo a ver essa pergunta, ao fim é realmente pertinente e é bom que façam, mas eu não estou assim de momento a ver como contribuir para o inquérito.</p> <p>((Visão para Olhão)) eu sou 100% olhanense e acredito muito em Olhão, acho que a nossa terra, acho que está subaproveitada, por natureza está configurada e tem um bocadinho de tudo desde o campo até ao mar e já em rapazote acredita, e desenvolveu-se muito, já via Olhão noutra patamar em relação a outras terras, desenvolveu-se mas ainda está um bocadinho atrás, as terras do Algarve que mais se desenvolveram junto ao mar acho que a gente ficou um bocadinho para trás, desenvolveram muito na base periférica de Faro, sendo uma cidade periférica e dormitório de Faro, voltando atrás acredito e vejo que se desenvolveu mas podia-se ter desenvolvido um bocadinho mais, mas para o bem e para mal estamos perto de Faro, para umas coisas é mau estamos muito próximo, quando há algum investimento acredito que muitas vezes vão para Faro não venham para Olhão, mas pronto outras coisas, em relação a outras coisas também será vantagem, mas acredito que Olhão tem condições naturais que a natureza oferece para se desenvolver ainda muito, tanto rente ao mar como ao redor da cidade mesmo para dentro do campo, pode ainda evoluir muito e tornar-se numa grande cidade, já é! Essas ideias assim mais pontuais e em concreto não estou muito dentro disso.</p>	ESPR21	15.

ESPR 22

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 4:46.9	<p>Em termos globais o turismo é um mercado onde a maioria dos mercados se cruzam entre si, não é? Se calhar com maiores grupos económicos, a nível internacional é a perspetiva que tenho, se calhar é um mercado que, se calhar, tem maior riqueza económica, vamos dizer assim porque, as pessoas viajam de um país para outro e o que ganham num país gastam o dinheiro noutro país, ou seja, o dinheiro circula mais rapidamente devido ao turismo. Daí ser tão importante hoje em dia, porquê que há tantos negócios afetados?Param os aviões, param as fronteiras, e as economias que são dependentes do turismo quebram. Agora falando mais a nível nacional Portugal o turismo é o setor que contribui mais para o PIB português a nível de criação de valor e na minha opinião há regiões do país que dependem muito do turismo. A nossa economia quando recomeçou a recuperação o setor que mais contribuiu para a recuperação económica foi o turismo o facto de Portugal ter grandes perspetivas de destino no exterior, não é? Também devido a outros destinos que caíram como o Egito e a Turquia devido a problemas políticos e problemas de segurança, Portugal começou a aproveitar e a ter grande visibilidade no exterior como um destino seguro e com qualidade. Isso veio salvar Portugal da grande crise que estava a passar em 2007, 2008 ajudou a recessão económica. Agora o problema é nós termos ficado muito dependentes do turismo, ou seja, houve muitos negócios nesse tempo que começaram a se desenvolver com base no turismo, os alojamentos locais, dos <i>tuk tuks</i>, dos passeios marítimos, dos passeios na Ria, <i>rent- a -car</i>, ou do restaurante que indiretamente é sempre um produto turístico bom, e agora devido a esta situação que estamos a passar ((COVID-19)) nota-se cada vez mais, por exemplo, o Algarve entre si não tem solução para além do turismo embora haja soluções como a agricultura, a pesca, por exemplo, não chega termos essas soluções porque estamos muito dependentes do turismo. Deixa de chegar uma pessoa de avião, deixa de alugar o carro, deixa de ir para o hotel, deixa de ir ao passeio, deixa de ir para o restaurante, ou seja, basta parar o voo e a nossa economia para, basta fechar a fronteira e a economia para, então eu acho que devem ser repensadas, o turismo poderá ser repensado agora, criar estratégias para que ele volte a emergir. Continuar a publicitá-lo como um destino seguro devido aos bons resultados que tivemos, não é? E tentar também encontrar</p>	ESPR22	1

		outras soluções para continuar a captar clientes para cá, para o Algarve e para Portugal em si, não é. Mas na minha perspetiva a nível internacional é a nível do fluxo e a nacional é a dependência do turismo e a nível regional ainda estamos mais dependentes e temos que criar soluções e no final acho que o turismo é o setor que consegue criar mais valor nas economias mais frágeis, vamos dizer assim, a curto prazo.		
3	11:46.9 - 18:13.4	Já, já, já ((turismo para o concelho de Olhão já é expressivo)) (...) isto aqui tem 15 anos e se calhar há 15 anos não trabalhávamos como trabalhamos agora, a nível de tecnologia por exemplo, uma das maiores agências de viagens que é a Booking.com, apareceu há 15 anos, a internet não estava desenvolvida, no entanto, como o restaurante, os eventos, os casamentos 2010 começou a surgir o turismo e agora falando mais em Olhão, eu acho que nunca muitos hotéis às vezes há é turistas a menos. Então, no turismo em Olhão cresceu muito, e é lógico, toda a gente confirma com o novo hotel na baixa de Olhão o Real Marina e os apartamentos ao lado, o turismo cresceu e continua a crescer e com esse turismo está-se a criar muito mais valor na cidade, foi o setor imobiliário cresceu devido ao turismo, com a criação de emprego, começaram a aparecer muito mais empresas ligadas ao turismo (...) antes não havia turismo em Olhão, não era turístico, novos restaurantes, novos bares tudo em volta do turismo, não é, agora eu acho que em Olhão ainda se pode potenciar mais e criar uma cidade ainda mais agradável de modo a que esses turistas queiram continuar a vir, e atraia cada vez mais novos turistas, não é. Eu acho e muito que já fizemos um investimento, a Câmara já fez um investimento em parceria com a CCDR através de fundos (...) e agora vai iniciar com mais obras no jardim para tornar a cidade mais atrativa e (...) mas acho que ainda há muitas coisas que ainda têm de se pensar e criar mais atividade. Olhão também tem história e não ficar apenas o cliente chega ao hotel, dar uma volta pela baixa, apanha o barco para ilha, nós temos que pensar em mais coisas que possam ser interessantes para a pessoa vir para Faro, Olhão para esta zona aqui do sotavento algarvio, acho que é isso que tem de ser pensado, mas o turismo em Olhão hoje em dia é o setor que emprega mais pessoas não digo que (...)um estrangeiro que vai a um café vai estar a ajudar a pessoa do café, não é e indiretamente cria postos de trabalho nas épocas mais altas, quando fazem mais pressão.	ESPR22	1.1
4	16:01.6 - 18:13.9	Um desenvolvimento sustentável tem de ser um turismo (segmento incompreensível) e que	ESPR22	2.

		<p>não acabe depois de ser criado, ou seja, tem de conseguir aguentar, não é, tem de ter uma estratégia em que a sua base económica tenha um futuro e uma rentabilidade de modo a que ele não tenha temos aqui um porto de recreio em Olhão, porquê que estão a fazer isto? Porque há pessoas que precisam de deixar os barcos, mas se as pessoas deixam os barcos temos que cobrar um valor depois que seja auto suficiente e que tenha margem de lucro para os barcos estarem, para conseguirmos pagar funcionários e da manutenção do espaço todo, não é? Isto é um pequeno exemplo e além disso ainda está diretamente ligado ao turismo porque o estrangeiro pode também querer deixar lá o barco e onde estamos a criar valor, se um estrangeiro vier cá de férias e vir: "olha eles estão a construir, para o ano venho para aqui também trago o meu barco", já estamos a criar aqui algum valor e ainda têm mais vontade de estar cá, estamos a criar valor para a economia local, não é, e ainda estamos a criar valor para a economia turística se potenciar ainda mais.</p>		
7	27:59.4 - 31:28.2	<p>Isso aí já vai um pouco na gestão que dei ainda há pouco, é a criação de atratividade ou criação de eventos dei exemplo de no Natal criar uma grande feira de Natal junto com os municípios, cada um fazia de uma maneira diferente ou em conjunto com 2 municípios num local estratégico, num ano era num sítio noutro ano era noutro para não haver tantas feiras, podia ser em conjunto com vários municípios, ali na zona de Loulé ou na zona de Faro é uma zona mais próxima do aeroporto, mais central a nível do Algarve, mas poderia haver 2 ou 3 feiras no Algarve a nível do Natal se criassem para as pessoas vieram cá na época mais baixa.</p> <p>Outra coisa era criação de um museu que realmente fosse atrativo, já houve a nível de investimento na cultura, já houve quem falasse na criação de uma Disneyland aqui no Algarve mas acho que ia acabar por não ser sustentável, não era? Esse tipo de cultura e eventos bem divulgados e bem elaborados, eles vão acontecer e as pessoas vão querer vir, agora vai depender sempre é do tipo de evento, da dimensão do evento e da comunicação do evento, se nós não comunicarmos as pessoas não vão saber. E intervenção de entidades para chegar a operadores que comuniquem que o Algarve tem a maior feira de Natal da Europa, sei lá, que realmente seja a maior da Europa, este tipo de coisas é que têm que ser pensadas, debatidas, planificadas e quem diz o Natal diz outra coisa qualquer, o maior evento de Halloween, não sei, têm é que criar estratégias úteis para a época sazonal, a época alta as pessoas vêm o Algarve já</p>	ESPR22	3.

		é conhecido, já é comunicado, as agências têm de pensar em trazer os turistas é também na época baixa. As tarifas já estão mais baixas nos hotéis, há a praia, mas as pessoas não vão tanto à praia porque não está tanto calor, mesmo assim não deixa de estar, tem de haver mais qualquer coisa para as pessoas estarem cá.		
9	36:02.1 - 36:24.0	Na minha opinião acho que sim, acho que tem crescido a pouco e pouco, o turista tem vindo a Olhão mesmo quando está a visitar outras cidades e outros destinos que já são conhecidos, nós temos o exemplo de Tavira, Tavira é uma cidade já muito mais desenvolvida do que Olhão, já tinha 3 hotéis, já tinha muito alojamento local, só o facto de ter 3 hotéis já é uma diferença abismal para Olhão, agora esses turistas também já vão querendo conhecer Olhão, através dai nós também vamos crescendo a pouco e pouco. Eu acho que o turismo também cresceu muito nos últimos anos houve bastantes alojamento locais, acho que em Olhão num ano houve cerca de 800 alojamentos locais, por um lado é bom haver alojamentos locais, mas por outro lado o nesse sentido eu acho que o crescimento não foi tão sustentável porque houve muitos produtos que foram expostos que tinham valores muito diferentes, imaginemos tínhamos um alojamento local com qualidade 160 euros, tínhamos um alojamento local que não tinha tanta qualidade a 50 euros, acho que não pode haver uma discrepância tão grande nesse setor, acho que tem de ser uma coisa mais equilibrada para não haver baixa qualidade e o turista ficar desagrado e não se captar esse tipo de turista, não o fixar cá, não o fidelizar, eu acho que aí tem de haver um apoio, (...) para Olhão não entrar num destino por fora temos, desculpe o termo, por fora gama média alta, que ele vai ajudar a economia local e várias empresas do que ter muitos turistas de gama baixa que não ajudam tanto a economia e a ter mais trabalho mas não tanto valor.	ESPR22	4.
10	39:06.2 - 41:27.9	Olhão, quando se pensa em Olhão pensa-se em 2 coisas: ou os mercados ou as ilhas barreira. Os mercados é outra coisa que tem de ser ainda mais potenciadas, acho que tem de haver uma estratégia, mas agora não vou pegar nesse assunto, porque isto não tem a ver com turismo tem que ver com política também, há negócios que têm que se adaptar aos dias de hoje, a tecnologia, o teletrabalho os <i>take aways</i> , hoje em dia nós temos essa imagem, mas deve ser possível ao turista comprar o peixe online, consultar os mercados <i>online</i> e os mercados de Olhão não estarem só abertos das 7 da manhã ao meio dia ou à 1h alargar também, são os	ESPR22	5.

		<p>produtores que produzem e estão ali a vender, mas devíamos de arranjar uma estratégia para vender o produto durante o período da tarde das 4 às 6h ou 3 às 18h, há oportunidade que acho que às vezes falta, às vezes não vou lá, enquanto pessoa, não vou aos mercados porque não consigo ir de manhã gostava de ir à tarde, os produtos têm qualidade, é a minha opinião. A verdade é que tem muita qualidade e devia ser as pessoas venderem mais. Olhão ilhas barreira poderem potenciar ainda mais, terem melhores condições nos barcos, e nas ilhas praticarmos cada vez com mais qualidade, mercados é o que as pessoas gostam é o coração da cidade de Olhão na minha opinião. Olhão tem o problema da baixa, não tem estacionamento suficiente, tem de arranjar uma solução urgentemente para as pessoas irem ainda mais aos mercados e contribuírem para a economia local.</p>		
13	44:45.4 - 47:01.5	<p>Não, eu acho que a imagem de Olhão tem sido bem pensada, ainda agora recentemente eu vi que o município até discursou para um vídeo para ajudar a economia local acho que este ano também não há eventos para atrair muitos, normalmente o Festival do Marisco também é um chamariz muito interessante para as pessoas virem à região e à cidade de Olhão, acho que o que falta mesmo é potenciarmos os mercados de Olhão, fazermos mais conteúdo digital talvez ai é que se capta, talvez a nível das ilhas as barreira, embora a Culatra e o Farol pertençam a Faro, em Olhão não deve ser descartado para promoção turística e devíamos de vídeos promocionais de cada ilha com as praias, a Fuseta que eu acho que é a melhor praia que temos mesmo aqui no Algarve, conseguimos ir em agosto apanhar um barco 5 minutos, tem essa limitação tem, mas tem quilómetros de extensão de areal, é uma praia espetacular que podemos portenciar com divulgação de conteúdo digital, parcerias com alguns sites no estrangeiros, revistas no estrangeiros de vez em quando publicitar mais a nível institucional as cidade e o que é que há, mas no conteúdo geral Olhão não está a divulgar assim tão mal porque já está a ficar muito conhecida, a cidade auto promove-se através dos hotéis e das agências, não é?</p>	ESPR22	5.
14	47:01.5 - 48:30.8	<p>Eu acho que nunca há hotéis a mais, há turistas a menos, eu acho que não podemos falar particularmente porque este ano será um ano atípico o fluxo de pessoas não será o normal mas comparando com o ano passado eu posso dizer que o fluxo caiu um pouco em relação a 2018, mas este ano as perspetivas iniciais eram que voltasse a ser 2018, 2018 falando a nível da nossa</p>	ESPR22	6.

		<p>empresa foi o melhor resultado que tivemos desde sempre a nível turístico, eu acho se queremos mais alojamentos indiretamente vamos necessitar de mais clientes, de mais turistas, porque é assim os valores, porque é assim se temos mais oferta a procura também terá de aumentar para as coisas equilibrarem e equiparam mas no conteúdo geral Olhão está com um bom fluxo de pessoas, pode crescer um pouco mais mas se se mantiver assim já será bom, as perspetivas são que o turismo crescesse e desenvolver mais.</p>		
15	48:30.8 - 50:52.6	<p>Eu acho que a autenticidade local é um fator que faz muita diferença em relação aos outros destinos, porque a pessoa vai para uma cidade, Olhão por exemplo vamos comparar com Vilamoura, vamos dizer assim, Vilamoura é um destino de estrangeiro, nós sabemos que quem vive lá são maioritariamente estrangeiros, muitos são donos de negócios no estrangeiro, enquanto que Olhão é uma cidade muito local, muitos turistas sentem ali como se fossem locais e gostam há um mercado de turistas e há um nicho de turistas que gosta disto, de conhecer as pessoas como elas vivem e como elas são, de ver a realidade da cidade em si, eu acho que isso é um fator que faz uma diferença muito grande na cidade. Os nossos mercados as pessoas vendem ali, é um dos maiores mercados de peixe do Algarve, verem as pessoas todas a trabalhar, verem aquela exposição toda de peixe, verem a cidade em si, verem os negócios serem quase todos familiares, eu acho que isso é o maior fator que faz a diferença comparado com outros destinos. Praias, as nossas praias também são totalmente diferentes, uma pessoa enquanto vai para a praia da Falésia, ou a praia de Montegordo que está cheia de gente também pode apanhar um barco para uma ilha, é uma experiência totalmente diferente ir para uma ilha do que ir para uma praia urbana, isso ai também pode ser um fator diferenciador dos outros destinos e é o facto da Ria Formosa ser uma reserva natural também cria a experiência da pessoa estar inserida no meio natural, na natureza isso faz a diferença na escolha.</p>	ESPR22	7.
16	50:52.6 - 52:43.9	<p>A experiência turística é que cria o selo de qualidade, o turista gostou, cria o selo de qualidade para depois crescer lá fora, não é? O turista vem cá a Portugal, gosta da gastronomia, gosta do serviço, gosta das comodidades, gosta das estradas, gosta das praias, ele certamente vai dizer lá fora no país dele:" É pá, foi tudo bom, foi tudo espetacular, vou lá voltar, hei-de ir lá", se a experiência do turista não for bom nestes fatores é óbvio que não conseguimos ter um selo, ter</p>	ESPR22	8.

		<p>qualidade, ter a captação de fidelizar o cliente, a força de fidelizar o cliente que acho que é o mais importante, aproveitar, acho que podemos aproveitar se a nossa 125 tivesse mais condições, se a nível das cidades até não somos maus temos condições, a nossa comida é boa, temos é que aproveitar isto tudo para fidelizar todos os mercados que vêm até nós, porque a gente não sabemos se os outros destinos podem ser tão bons ou melhor que do que nós e nós perdemos estes mercados, não é? Nós temos que ser cada vez mais exigentes connosco próprios para garantir a qualidade e os serviços destes mercados que estão a vir para cá e fixá-los cá durante muito tempo e ao mesmo tempo tentar captar mais.</p>		
17	52:47.3 - 55:07.8	<p>Sim, há sempre coisas que podem contribuir enquanto experiência turística ((tecnologia em turismo)) nós, por exemplo, em Olhão há certos pratos típicos mas acabam por ser todos da região, a cataplana algarvia, acho que a gastronomia pode ser um fator comunicar digitalmente de forma a criar no <i>Instagram, Facebook hashtag</i>, se houver estratégias a nível digital também é bem pensado, podemos ter o <i>hashtag</i> da cidade em que a pessoa tira uma foto e já está divulgar Olhão, mas acho que podemos sempre divulgar através da gastronomia porque ao nível da hotelaria se os hotéis tiverem concessões a nível das praias, mas vai estar tudo um pouco ligado à qualidade e à experiência que o turista vai estar a usufruir ou sentir, criar sensação ao cliente enquanto ele está a comer um peixe assado, não é? se o peixe assado de Olhão for bom ele vai comunicar e vai dizer que está em Olhão a comer um belo peixe assado e nós temos é às vezes de criar o produto certo para o comunicar e para criar experiência e para que esse produto e essa experiência ser diferenciadora dos outros destinos todos. Aí acho que há coisas a explorar.</p>	ESPR22	9.
18	55:07.8 - 55:07.9	<p>Aí já vamos bater no que eu já falei anteriormente, de ser possível a nível cultural, o desenvolvimento de atividades mais de natureza, passeios de bicicleta junto ao mar, quando a ciclovia estiver terminada, idas ao mercado, mesmo o próprio município podia usar mais o caíque <i>Bom Sucesso</i> que costuma estar ali junto aos mercados para ou os hotéis reservarem um dia todo para os turistas ou os turistas poderem agendar, imaginemos utilizar o caíque ou durante este dia o caíque vai fazer uma volta, tentar que os clientes se inscrevam e contribuam também para conhecer essa experiência do caíque e de conhecer a Ria Formosa, e indiretamente os mercados, acaba sempre por ser uma atividade cultural, ir visitar os</p>	ESPR22	10.

		mercados, conhecer as bancas, pronto aí acho que Olhão tem que pensar a nível do posto turístico como é que poderia potenciar mais visitas e experiências e contar mais a história dos mercados, qual é a história dos mercados? Que indiretamente até acho que está ligada ao francês Gustave Eiffel, acaba por ser cultura, Gustave Eiffel, torre Eiffel, chegou a ser as oficinas do Gustave Eiffel que fizeram parte da construção dos mercados de Olhão temos que potenciar um pouco dessa história de Olhão. As igrejas que temos houve uma altura que se debateu se se podia subir até ao cimo da igreja porque é um dos sítios que tem melhor vista em Olhão, tem uma parte mais religiosa, mas há turismo religioso também, mas a nível cultural temos é que criar, é que Olhão peca um pouco e tem de ser criado mais soluções e mais desenvolvimento.		
19	57:34.6 - 58:36.2	Eu acho que é insuficiente, por isso é que eu já disse anteriormente que deviam ser criadas todas as estratégias que já mencionei atrás, no fundo não faz sentido estar a repetir agora. A oferta cultural tem a ver com o que eu já estava a dizer anteriormente, com os mercados de Natal, a oferta cultural é assim: ela está bem estruturada para o verão, nós temos atividades no verão isso está tudo bem pensado, eu acho que falta é oferta cultural da época baixa mas sustentável. Eu compreendo que o município não vai querer investir em oferta cultural porque não estão cá pessoas, mas nós não sabemos se as pessoas não vêm para os eventos, temos que arriscar.	ESPR22	10.1
22	1:01:43.5 - 1:04:04.0	A nível de recursos de natureza estamos limitados, a natureza tem de ser potenciada em 2 sentidos, 1 é época de muito calor, temos os passeios, embora os passeios os passeios Ria Formosa trabalham praticamente o ano inteiro fazem desde passeios, passeios com mergulho, a pessoa pode ir à pesca, birdwatching, agora lembrei-me isto é um setor também muito interessante é a nossa biodiversidade na natureza, é um mercado enorme, nós temos turistas que só vêm no inverno para fazer observação de aves, estão cá uma semana no inverno e comem no nosso hotel, comem nas cidades, vão fazer uma observação de aves, fazem uma análise entre eles, entre grupos, também é um mercado interessante e com bastante potencial e eu acho que a natureza é isto mesmo, nós temos a natureza que vai ter sempre mais atividades no verão que as pessoas têm sensações agradáveis na água, embora também possa haver atividades na água no inverno, há umas que não podem ter a pessoa não vai mergulhar	ESPR22	12.

		no inverno, não é , mas depois temos outras ofertas para o turismo no inverno, temos os passeios de bicicleta, passeios na cidade que a pessoa poderia ir conhecer as história das cidades, passeios pedestres, agora temos que saber equilibrar as ofertas, e saber adaptá-las a cada período do ano e às condições climáticas, embora nós tenhamos as condições climáticas mais para o calor, nós chuva temos pouca.		
23	1:04:04.0 - 1:06:37.4	<p>Todos, nós temos sempre o setor público muitas vezes não precisa do privado mas ele precisa, o setor público tem de perceber, vamos dizer assim: temos as autarquias no Algarve, há a Região de Turismo do Algarve, há a ACRAL que é a associação do comércio local, há AMAL é uma instituição se vamos fazer uma coisa a nível de todas as Câmara. Sinceramente a autarquia cada vez que faz um investimento avultado, um investimento que faça a diferença na cidade e que altere eu acho que é importante falar com os empresários da cidade, dependendo de onde for o investimento, eu acho que deve haver sempre uma preocupação de aproximação aos empresários para perceber um pouco se acham que isto é boa ideia, se não, há-de sempre haver pessoas que vão discordar, mas eu acho que se deve auscultar nem que seja para tirar ideias e para ver se fazem sentido ou não, vamos gastar ali 1 milhão ou 2 milhões ou 3 milhões, saber se faz sentido, se calhar é preferível gastar menos ou mais ali, ou gastar mais e ficar logo preparado para eventuais modificações por isso é um aspeto sempre auscultar as pessoas e ouvir uma palavra delas, sei que não é fácil, mas aí também entra o papel das juntas de freguesia, essas é que têm que se juntar cada vez mais aos empresários, se aproximarem e perceberem as dificuldades e as ideias que os empresários possam ter para contribuir ainda mais, não é? As Juntas parece que estão aí paradas e é sempre a Câmara, a Câmara, mas não as Juntas também têm de se preocupar em fazer o trabalho delas a nível empresarial.</p> <p>((Operacionalização)) não, é assim eu acho que é complicado quando se começa a pôr em prática de estar a executar com todas as pessoas: "não faças isso assim, faz aquilo assim" se não as coisas não avançam, as coisas devem ser, deve haver aconselhamento, ouvir as pessoas mas depois a Câmara em si deve fazer uma planificação, deve apresentar a proposta e se houver alguém, deve ser uma maioria a Câmara nunca vai depender disso, para executar a Câmara deve ter autonomia, deve haver a preocupação de ouvir os empresários e saber se aquilo faz sentido agora ou pode-se incluir ou não faz sentido e nem as entidades depois</p>	ESPR22	13.

		devem executar e dar uma justificação porque executaram assim e não executaram de outra maneira, não é? Isso é que tem de ser feito, acho que agora tem de haver autonomia para as coisas avançarem e para as coisas serem feitas, mas tem de se justificar o porquê que se fez assim e o porquê que não se fez e como é que deve ser feito.		
24	1:07:58.3 - 1:10:31.9	<p>Aí eu acho que se as coisas funcionam bem devem ser mantidas, agora é assim se houver ideias boas que se podem integrar ou novos eventos que podem ser criados eu acho que a Câmara pode às vezes é criar um repto, não precisa de estar preocupada em ouvir todos, mas a Câmara em si devem sempre garantir uma proximidade com as pessoas e se garantir essa proximidade a Câmara vai saber o que é que as pessoas vão querer que sejam feitas ou vai saber as ideias das pessoas, não tem que estar sempre preocupado em reunir. Uma coisa é um investimento avultado, outra coisa é a oferta cultural, a oferta cultural por si a Câmara deve ter as suas ideias e ir desenvolvendo e deve garantir proximidade para que se houver uma boa ideia também desenvolvê-la. pode haver uma reunião, uma auscultação a Câmara também pode lançar o repto se a pessoa ou se o jovem tiver uma ideia de uma evento apresenta e imaginemos todos os anos elaborar uma dessas ideias que se falou.</p> <p>((Operacionalização)) sim, sim, sim ((Câmara)), é assim eu acho que pode haver aqui uma mistura, a Câmara vai ter de fazer eventos culturais como é óbvio, mas pode também em parceria com as associações da cidade, a nível social, pode fazer parcerias, ajudar na produção, mas que parte dos lucros também revertem para as associações para elas também contribuírem e se auto sustentarem, muitas vezes essa associações têm boas ideias, em Olhão eu conheço 2 ou 3, conheço a MOJU que fazia eventos muito engraçados na cidade e gerava economia o que eu acho depois quando os eventos são bons a Câmara não poder descartar as associações e ficar com os eventos delas, isso é que eu não acho bem.</p>	ESPR22	14.
26	1:11:52.1 - 1:13:28.7	A nível do turismo sustentável eu acho que já disse quase tudo o que pensava. Eu acho que ía bater tudo um pouco no que eu já tinha dito no entanto vou ver se consigo ter mais alguma ideia nessas vertentes, mas eu acho que vai sempre cair naquelas ideias que eu já disse tentar ter mais oferta cultural e mais oferta de natureza, (::) a ciclovia, tentarmos ter algum	ESPR22	15.

	desenvolvimento que seja bom, seja atrativo, seja para as escolas ou para os turistas e tentar coordenar os investimentos da Câmara que sejam avultados para criar valor turístico e cultural, nós o sol e a praia já temos, temos é que tratar do resto, mas acho que é (...) tudo o que eu disse antes numa conclusão final.	
--	--	--

ESPR 23

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 6:03.6	Sabes que a minha opinião é que se existe uma cidade sem carácter igual ao Dubai então precisamos de um plano para inventar uma situação, igual a Albufeira, Vilamoura, Quarteira eles não têm ainda carácter, são cidades de turista. Aqui em Olhão que sorte temos a cidade tem cultura, tem um povo, isso é bom, não existe noutra parte. Eu era jornalista de comida, já fui no mundo inteiro, a todos os continentes, menos Antártida e pessoalmente não existe uma cidade igual a Olhão, é uma mistura de coisas. Temos o mar, a Ria Formosa, temos uma terra boa, temos os mercados, são o coração da cidade e temos mais uma população que é única, não existe em Portugal população, um dialeto, uma arquitectura. Se falamos de um plano de turismo aqui na minha opinião o mais importante é guardar o que temos porque não podemos repôr o que temos, já não se faz mais disto. Os becos, as calçadas, as casas são algumas mais ou menos antigas a cair, é uma parte do charme de Olhão. Quando vim aqui a primeira vez há 12 ou 13 anos era muito menos renovado do que agora. A Avenida 5 de Outubro com as renovações não é ainda Olhão, as renovações modernas são práticas mas falta de carácter local, não é <i>sui generis</i> , já tenho visto muitas situações quando o presidente da Câmara diz que vão aceitar mais turistas, vamos renovar tudo, mas tenho medo que Olhão não vá lembrar que é o íman para os turistas. Existem muitas Albufeiras no mundo mas não existe mais Olhão.	ESPR23	1
3	11:36.9 - 23:09.6	O papel do turismo em Olhão é ser um participante na vida da cidade e não estar separado da vida da cidade. Temos que ter muito cuidado, o que uma pessoa acha que é o turismo outra pessoa pode achar outra coisa. Talvez a Câmara queira que seja como Benidorm, eu não ficaria surpreendido. Há uma diferença, temos que ser muito claros quando dizemos turistas porque turistas são mil coisas diferentes. Queremos os turistas de Albufeira, com os autocarros e uma mulher a andar com uma sombrinha a dizer que isto é Olhão, queremos Olhão para ser um sítio para eles e não gastam dinheiro nenhum só estão a empatar. Queremos turistas para terem pacotes com tudo incluído, para mim não, contribui muito pouco para a economia local. Temos que ser muito claros quando dizemos turistas, diria que Olhão tem uma oportunidade única no mundo, porque	ESPR23	1.1

		<p>não há outro Olhão. Olhão tem que decidir o que é a sua olhanensidade e ampliar isso e não tentar inventar algo de novo. A praça é o coração por isso precisamos cuidar da praça, não precisamos fazer um <i>Time Out</i> Lisboa, ou Campo de Ourique com restaurantes na praça, eu sei que é muito <i>à la mode</i> para os presidentes de câmaras fazer coisas como o Campo de Ourique mas na praça de Campo de Ourique só existem 2 vendedores de frutas e legumes, existem muitos restaurantes mas não é igual ao que temos aqui. O que temos aqui é uma coisa muito rara. Na minha opinião profissional temos o melhor peixe, peixe com qualidade que não há igual no mundo inteiro, qualidade, variedades, os preços são baixos, não existe um mercado de peixe igual no mundo, nas águas da Ria Formosa existe uma variedade e frescura da matéria. Então, precisamos cuidar, é o tesouro de Olhão, de Portugal para mim é um património nacional, eu sei porque já vi todos os mercados grandes do mundo, já fui, mas não existe como localidade, eu compro peixe todos os dias, menos no domingo e segunda, eu compro peixe que é da Culatra, de pescadores com barcos pequeninos, existe peixe do mar com um a frescura como temos aqui não existe no Mediterrâneo nada, acabou, não existe peixe fresco ai. Vai a Grécia ou Itália é tudo congelado ou de aquacultura, não existe. Aqui temos uma coisa: é um luxo que o dinheiro não pode comprar, é o luxo da simplicidade, para mim tudo o que fazemos para os turistas é amplificar o luxo da simplicidade. A grande atração em Olhão é não haver uma grande atração. As pessoas que vêm cá não têm de ir a lado nenhum, só estar aqui, podem ficar no café, podem ir as ilhas, ir ao restaurante comer peixe fresco, tomar uma bebida, gastar o dinheiro na cidade, não têm de gastar o dinheiro na grande atração do Algarve <i>Aquashow</i>, ou algo assim, graças a Deus não temos isso ou campos de golfe. Por isso a cidade deve ficar com o seu carácter, qualquer que seja o plano a primeira questão que todos devem colocar a si mesmos é como é que isto afeta o carácter da cidade, não o carácter económico mas a alma da cidade, o espírito, isto é a primeira coisa, de outra forma, em 20 anos todos vão dizer: aquele presidente era um vândalo, era vandalismo tirou o que havia e agora olhem para Olhão, não há nada!</p>		
4	23:09.6 - 33:11.4	<p>O desenvolvimento sustentável, habitação acessível para os olhanenses na cidade e em redor, assim há trabalhadores suficientes para trabalhar nos restaurantes, hotéis, airbnb's etc., porque o que vai acontecer toda a baixa será para estrangeiros se não tivermos cuidado e depois os restaurantes vão dizer que é terrível que não encontram pessoas para trabalhar, porque</p>	ESPR23	2.

		<p>ninguém consegue suportar os custos de viver nesta zona, depois é muito longe para vir e preferem apanhar o autocarro para ir trabalhar em Vilamoura e trabalhar lá. Isto é a parte económica. Um plano de turismo deve encorajar cuidadosamente a descoberta dos tesouros locais, é bom que temos muitos passeios de barco, levam as pessoas às ilhas, é bom. Não precisamos de mais, mas precisamos de ter mais interessantes, porque todos fazem a mesma coisa. Alguém devia pensar como podemos desenvolver de alguma forma o Parque Natural, talvez encontrar uma forma de criar um café, ir lá de barco, ter fruta fresca, por exemplo na ilha de Faro, como os que têm as ostras. Se fossem espertos e se a Câmara fosse esperta, dizia porque não fazer passeios em pequenos barcos de Faro ou ilha de Faro ir num barco com um copo de espumante e comer ostras frescas dos viveiros por 20€ ou 30€, não importa é assim que devemos pensar pequena escala grande qualidade não grande escala e barato. É mesmo importante para Olhão, eu estou comprometido aqui, a minha vida é aqui, o meu dinheiro está aqui, a minha vida toda está aqui. Por exemplo, o Festival do Marisco, o que é, quem beneficia? Temos 12 ou 15 pessoas a vender comida e custa-lhes muito dinheiro, por isso têm de cobrar muito, há muitas pessoas que vêm. O barulho é incrível, durante 4 dias e os restaurantes para além do Bote e do Horta não têm clientes porque o Festival absorve todas as pessoas. Não precisamos de coisas assim, precisamos é de pequena escala e qualidade elevada. Grande escala e baixa qualidade não, esta é a minha mensagem porque as pessoas que estão dispostas a gastar dinheiro aqui vão gastar na cidade, não precisam de mais boutiques, não querem mais nada, só ser como é porque não se pode comprar autenticidade, o que é interessante é quando as pessoas vêm cá do Vale do Lobo, Quinta do Lago e Vilamoura porque vêm ou de Lisboa quando vêm para almoço ou jantar dizem isto é mesmo Portugal, em 20 minutos nas suas cabeças estão no Dubai ou noutro local. Por isso temos que ser muito cuidadosos para manter isso, acho que deve haver zero desenvolvimento na baixa a não ser que seja feito de acordo com os padrões restritos estabelecidos pelo Ministério da Cultura ou algo semelhante, porque senão o que acontece alguém compra um edifício e se demolir pode construir 12 apartamentos novos e um dia já não está lá, está sempre a acontecer aqui na baixa, é um pecado.</p>		
8	41:42.1 - 46:37.2	Em termos culturais estamos em perigo de perder uma geração de pessoas aqui sem que nos contem as suas histórias e sem transmitir as histórias à próxima geração. Se for uma pessoa	ESPR23	3.

jovem e inteligente de Olhão não pensa que o seu futuro é aqui, pode ser em Lisboa, Berlim, Londres ou noutra sítio. Mas uma coisa que este Coronavírus nos ensinou é que não podemos esperar que outro sítio seja melhor do que aqui. Por isso temos que preparar o futuro para os jovens, se eu estivesse mais envolvido na vida cultural da cidade estaria a tentar encontrar todas as pessoas com energia, vitalidade e inteligência que estivessem a terminar a escola agora ou a acabar a universidade em algum lugar e trabalharia o máximo possível para conseguir que ficassem em Olhão e oferecer oportunidades para tudo, é barato fazer isso, é mais barato do que pagar subsídios de desemprego, é mais barato encorajar pessoas a trabalhar e a fazerem algo positivo pela cidade.

Devíamos documentar, passo todos os dias, se não estiver muito ocupado, passo 20 minutos com o Vitálio, o barbeiro aqui. Porque viveu a vida toda aqui, nasceu na porta ao lado, viveu aqui a vida toda, 72 anos sabe tudo, lembra-se quando o seu pai tinha uma mula e uma carroça para levar o peixe seco para a estação de comboio. Isto é muito importante, não é sobre uma exposição no museu e na biblioteca, é sobre fazer isto viver. O que está a acontecer na Recreativa é muito bom, porque é inteligente, mas ainda é recente têm um longo caminho a percorrer. A cultura viva que existe na baixa e em Olhão em geral precisamos de formas de valorizar isto, é como Marraquexe mas Europeu. Não estou a sugerir que deve haver um plano para tornar Olhão numa espécie de museu vivo, é uma cidade de trabalho, mas estou a sugerir que muitas alterações é uma coisa má, sabemos que temos mudanças, a mudança é permanente na vida, a mudança é a única coisa que podemos garantir. Aqui a mudança tem que ser gerida. O mais importante cultural e sócio-economicamente é encontrar uma forma de envolver os jovens olhanenses na vida económica da cidade, isso não quer dizer que se não é bom na escola só pode ser empregado de mesa, pescador ou mariscador, não! É preciso encontrar oportunidades para eles trabalharem, deve ser mais fácil para os empregadores contratarem jovens. Outra coisa para a cidade ser bem sucedida deve abolir o plástico, porque não? Nós podemos, porque não? A Câmara compra centenas de milhares de sacos com a estampa impressa Olhão tem alma. Fazem isso na Holanda, compram muito barato sacos laváveis, levam o peixe para casa e lavam na máquina de lavar e reutilizam. Olhão deve ficar famoso por isto e não pelo turismo de massas. Vão aumentar o tamanho da marina o que é bom, a marina traz pessoas com mais qualidade, fantástico, e quando há mais haverá mais estrangeiros que querem abrir

		restaurantes, mais jovens terão oportunidades, mais vida no centro da cidade.		
10	48:20.1 - 51:23.7	<p>É possível, de momento não sei qual é o plano. Para além da marina não compreendo o que estão a fazer aqui no jardim da frente. O que deviam estar a fazer para mim é deviam perceber que as pessoas que vêm cá visitar precisam estacionar na baixa não no porto, que é uma caminhada de 20 minutos 35 graus para vir à cidade onde estão os restaurantes. Se há algum dinheiro europeu deviam estar a construir um estacionamento subterrâneo aqui na frente. Quando entras na cidade, pelo Real Marina no subterrâneo, deixas o carro lá e estás na baixa. Isso é o que deviam fazer mas não fazem. Isto faz a cidade ser mais sustentável porque trás pessoas à baixa, atualmente como é que as pessoas vêm? Em julho, num dia de muito movimento, se as pessoas quiserem vir ao mercado têm que estacionar em Quelfes. Se calhar o que precisam é pensar num comboio estúpido que podes estacionar noutra sítio e o comboio trás para cidade como fazem noutros sítios. Porque de momento não pensam nisso, não há planos, se trabalhas no mercado fazem com que seja cada vez mais difícil fazer as entregas, está errado, é pena, está mesmo errado, porque é o tesouro de Olhão. Mudar isso colocar restaurantes lá dentro, mais lojas menos produtos frescos mata a cidade. Veja-se o que aconteceu em Tavira mudaram o mercado a cidade morreu em 5 anos, agora achas que os restaurantes fazem algum negócio em Tavira? Ninguém faz negócio, conheço algumas pessoas que têm restaurantes lá e não conseguem comportar os custos de abrir as portas, não há pessoas lá. Pelo menos aqui temos pessoas, porque a cidade está viva.</p> <p>Desenvolvimento sustentável significa construir mais estacionamento na cidade, não fora, na cidade, porque há uma necessidade económica para isso, a União Europeia dá dinheiro para isso, paga-se a si próprio.</p>	ESPR23	4.
11	51:23.7 - 52:24.6	<p>Costumava ser o cheiro, eu gostava, pensava que era mesmo autêntico. A arquitectura cubista, os becos nesta zona e os mercados é o que me vem à cabeça. E a ideia na imaginação de ir até às ilhas. Não precisamos de uma praia na cidade, vamos às ilhas. As ilhas existem tanto na nossa imaginação como na realidade porque sabemos que podemos ir, é rápido, 20 minutos até à</p>	ESPR23	5.

		Armona. Às vezes quando durmo a sesta sonho que vou às ilhas, é o mesmo que ir.		
14	59:25.8 - 1:03:21.3	Sim, sabes que os viajantes independentes têm imaginação, por isso temos que lhes dar um sítio da imaginação. Já viste o nosso instagram (...)? Nós falamos muito pouco (...)de Olhão, das personagens de Olhão, das coisas típicas de Olhão, de Vitálio o barbeiro, os nossos clientes dizem quando não estou nem aí penso em Olhão, é uma cidade de imaginação também, é importante que oferecemos aos nossos visitantes comida para a cabeça, não só camarão grelhado, arroz de tamboril, é muito importante. Se dizemos a eles que temos um teatro municipal ninguém quer saber, mas sim é uma cidade de sonho, de imaginação, de erotismo, de esotismo. (...) A minha visão para a cidade é mais isso ((alojamento local com qualidade)) do que o hotel Real Marina.	ESPR23	5.1
15	1:03:21.3 - 1:11:02.1	Se a Câmara tem o desejo de realmente criar algo especial em Olhão acho que devem ter um grupo de pessoas, Lara por exemplo, (casa Céu) um dos arquitectos como Filipe Monteiro ou Tatiana, não me lembro do apelido, algumas pessoas dos restaurantes, alguns dos mercados, um grupo de pessoas que investiu aqui e estão comprometidas, e não pessoas que trabalham na Câmara, nem amigos dos que trabalham na Câmara, pessoas que estão aqui devem ser capazes de orientar a Câmara, devem ter uma voz e algum poder para dizer quando é uma má ideia, por favor não façam. Por exemplo, a esplanada que foi feita aqui, foi terrível economicamente para todos, custou-nos a todos tanto dinheiro, porque era impossível trabalhar com tanto pó. Foi feita por um arquitecto de Lisboa, que não sabia nada sobre Olhão, a sua grande ideia eram os contentores de lixo em forma de latas de conservas de sardinha, eu conheci-o porque veio almoçar, disse-lhe que na minha opinião, foi a pior coisa que podia ter feito. Veio importado de Itália, isto é Portugal. Psicologicamente é uma ofensa, é muito ofensivo. Precisa de um grupo de pessoas como Lara, Filipe e outros, não são pessoas zangadas mas que investiram cá, ela não sei quanto investiu, um milhão no hotel, eu já investi mais do que um milhão com a minha casa, temos um investimento aqui e queremos protegê-lo não queremos ser negativos queremos ser positivos. Queremos que venham mais pessoas, mas as pessoas certas. (...) Sabes, por exemplo, quando as pessoas investem na cidade queremos investir em pessoas como a Liliana, tem 27 anos, tem 3 crianças com menos de 9 anos. Trabalha desde os 16 anos em todos os restaurantes na frente e ganhava 10€ para cozinhar o almoço e não evoluía de	ESPR23	6.

		nenhuma forma. Eu disse que lhe dava uma oportunidade, em 3 anos ganhou dinheiro, tirou a carta, comprou carro, dá formação a outras pessoas, começamos um programa para receber mais jovens. Se pensar investi 1.6 milhões nesta cidade do coração, porque quis.(...)		
16	1:11:02.1 - 1:13:25.5	Não sei, conservas pode ser, algumas conservas, mas precisamos incentivar jovens e locais para fazer coisas locais, não há muito se houvesse mais comprávamos mais. Compramos todos os frescos no mercado todos os dias, mas se houvesse mais comprávamos mais, se as pessoas fizessem vinagres e azeites com sabores aqui comprávamos mais, se fizessem conservas comprávamos mais. Não existe, pode ser incentivado mas não se vê as pessoas com o dinamismo para o fazer, nem com a visão para fazer. Em turismo clássico todos falam dos seus produtos. Eu estive com centenas de autoridades em turismo em viagens, talvez milhares, falam do produto, em Las Vegas o produto são as apostas, não está a funcionar o produto são as férias em famílias, férias em família com as prostitutas, a sério?! Estão sempre a colocar as coisas em produtos, mas às vezes têm de pensar no produto intangível e o produto intangível aqui em Olhão está no ar, não se pode embalar. Não sei se Olhão precisa de mais produtos, se abrissemos uma pequena loja não sei o que iríamos vender, teríamos de fazer tudo, pensei nisso, ao lado do restaurante podíamos ter uma mercearia, (...) mas é difícil.	ESPR23	7.
17	1:13:25.5 - 1:15:45.4	É essencial porque a experiência diz-nos que não podemos garantir a pesca, não está garantido, sabemos que em muitos sítios a pesca é muito reduzida porque há menos peixe. Não sabemos o que vai acontecer à União Europeia ou à NAFTA ou com qualquer outra coisa. Não sabemos que peixe haverá em 5 anos para os locais pescarem. Não sabemos. Ninguém pode dizer se haverá quotas ou não, se haverá peixe ou não. Turismo é uma alternativa viável ou uma adição viável à vida económica da cidade, é muito importante mas também igualmente muito importante que seja apropriado, essencial. Imagino que onde está o porto agora, onde é a zona industrial, se eu fosse a Câmara queria usar para turismo essa zona para construir outro Real Marina, imagino que queiram fazer isso, agora são edifícios vazios porque não? Em frente ao porto, é aceitável, o que não queremos é que se transforme em Benidorm. Lembro-me de Benidorm quando era uma cidade piscatória, sou velho, tenho 61 anos, era adorável, o presidente teve uma grande ideia turismo de massas e agora os hoteleros estão a suicidar-se porque não têm rendimentos.	ESPR23	8.

18	1:15:45.4 - 1:16:46.5	<p>Não sei a resposta. Acho que temos que ir de volta a que a grande atração é não haver atração. Não sei a resposta (...) teria que pensar.</p>	ESPR23	9.
19	1:16:46.5 - 1:21:35.8	<p>Nenhum deles, zero. Desculpa, mas o posto de turismo é uma ofensa, não funciona como posto de turismo, não sabem nada, não podem ajudar. Querem dar um papel para uma excursão, não sabem nada, não podem recomendar onde ficar, não têm uma lista de Airbnb 's, não há razão para existir. Tenho tentado encontrar mais publicidade para a cidade, porque todos precisam de mais negócio. Encontrei a East Algarve Magazine para escreverem uma peça sobre Olhão, até paguei por uma página, nunca pagámos por nada, mas estou a tentar incentivar para trazer mais pessoas é bom para todos. Eles contactam a Câmara, o posto de turismo não tem informação nenhuma, zero, disseram-me que ficaram duas semanas à espera de um telefonema. Precisamos de mais instituições culturais, outra biblioteca ou outro teatro municipal? Não, não precisamos, o que poderia ser bom seria um programa de festivais durante os meses mais calmos para trazer mais pessoas aqui. Para mim a ideia de ter um Festival de Marisco em agosto quando não precisamos mais turistas é loucura, deve ser só um pequeno grupo de pessoas a ganhar dinheiro porque não há outro motivo para isso. Porquê? Quando já temos dezenas de milhares de pessoas que vêm, para quê mais outra coisa, ninguém diz que vem a Olhão de férias por causa do Festival do Marisco, os portugueses não dizem isso e é predominantemente para portugueses.</p> <p>O que precisamos é um programa de eventos que acontecem durante os meses mais calmos. Temos Poesia a Sul, é bom, mais internacional temos o Festival de Cinema, é bom, devíamos ter mais. Se Tavira pode ter um Festival da Dieta Mediterrânica e nem está no (...) Mediterrâneo, então Olhão pode inventar 10 festivais diferentes, festivais de Olhão. Festival multicultural, festival de estórias, festival de técnicas de cozinha, festival de mariscadores, festivais de tudo nos meses mais calmos. É um motivo para pessoas como a Lara pode falar com o presidente e dizer, gosto dele, ele é bom, António é boa pessoa, mas é muito ocupado e precisa de um grupo de consultores, das pessoas certas. Pessoas como a Lara podem anunciar para os seus clientes no Instagram e Facebook venham em fevereiro, normalmente não pensam em vir em fevereiro mas o clima é melhor do que em Amsterdão ou em Bruxelas ou Londres e ao mesmo tempo estamos a fazer um pacote Festival de Poesia, teremos livros de poesia nos quartos, traga os seus livros</p>	ESPR23	10.

		de poesia e se for poeta venham, assim é que a cidade devia evoluir e não com uma ideia cara como os baldes do lixo.		
20	1:21:35.8 - 1:24:14.8	Vemos em sítios como por exemplo Carcassone e Perpilhão em França, eu estive em Carcassonne 35 anos atrás, outra cidade dormitório, com carácter adorável, com edifícios bonitos, têm um programa inteligente de eventos, têm festival de jazz, podíamos ter um festival de jazz aqui. Temos o Cantaloupe, o melhor sítio de jazz do Algarve, temos a Recreativa, temos o Teatro((Auditório)) Municipal, temos restaurantes, podíamos ter um festival de 2 semanas que ia custar à Câmara quase nada, apenas os custos de impressão e alguma imaginação, e ia trazer pessoas cá. É por aí que a cidade devia ir e devia ser conhecida por isso, nem é difícil, tudo o que tem de ser feito é com inteligência, com pessoas internacionais em mente. Eu sei que algumas pessoas estrangeiras leram sobre o Festival do Marisco porque gostam de marisco e saíram de lá a achar que é um insulto comer camarões de Madagáscar por 25€. Precisamos de coisas fora da época que vão melhorar a ideia de que Olhão é um sítio para amantes de cultura, viajantes inteligentes, pessoas que gostam de autenticidade, pessoas que gostam de locais reais, pessoas que gostam de descobrir. Vamos ter um festival de pintura, existem 200 artistas a viver nesta cidade, mais do que em qualquer no Algarve, mais do que Portugal, vamos fazer um festival de arte, vamos fazer maior do que o Festival de Edimburgo, mas vamos fazer em fevereiro ou março, vamos fazer um festival de escrita, um festival de música, todas essas coisas são tão fáceis de organizar e Olhão pode liderar Portugal nisso.	ESPR23	10.1
23	1:27:12.1 - 1:27:58.2	É importante. O alojamento está fora do controle porque não se pode fazer mais Laras, mas esperamos que as pessoas vejam o que ela está a fazer queiram fazer igual ou melhor ou diferente. Se formos ao hotel Real Marina achas que lá dentro te sentes em Olhão? podia ser em qualquer sítio.	ESPR23	11.
24	1:27:58.2 - 1:29:01.2	Claro, tudo o que falamos não podes ter noutra sítio. Não podes ter os mercados noutra sítio, não podes ter os mercados de Olhão a não ser em Olhão. Parece uma coisa estúpida de dizer, mas a verdade por isso é que é um tesouro, porque é único. As pessoas riam-se de Olhão - a Detroit do Algarve, os olhanenses eram um pouco hummm, mas não se encontra noutra sítio, isso é o que Olhão vende, a si próprio, não vende a experiência Aquashow, Olhão agora é a	ESPR23	12.

		capital da Ria Formosa porque todos os sítios têm de ser capitais.		
25	1:29:01.2 - 1:31:43.9	<p>Comunidade com ajuda do exterior. O grupo de investidores interessados estão a demonstrar algo positivamente para a cidade. Não deve ser algo que só vai a uma fase de consulta que ninguém sabe.</p> <p>((Operacionalização)) não deve ser o Governo, o Governo deve ser o que nós dizemos o que vamos fazer e dizer-lhes o que devem fazer por nós. Precisamos de um comboio do aeroporto para Olhão. É só isso que devem fazer, nada mais porque não vão entender a olhanensidade de Olhão. Se têm algumas ideias grandes espertas que não têm nada a ver com Olhão.</p> <p>Só posso dizer o que eu faria se fosse presidente e não o que o presidente deve fazer porque ele é inteligente e dinâmico e é daqui.</p> <p>Se fosse eu certificar-me-ia que era bem aconselhado em tudo o que faria, não traria pessoas de fora, mas pessoas de Olhão e respeitaria as suas opiniões mesmo que não concordasse, um bom líder ouve, um bom líder sabe como fazer as perguntas certas.</p>	ESPR23	13.
26	1:31:43.9 - 1:33:32.3	<p>Setor privado, porque se conseguires a viabilidade económica torna-se sustentável. O setor público vai fazer algo que cria postos de trabalho no setor público e as pessoas no setor público não têm a mesma formatação mental económica. O setor público deve estar lá para ajudar e apoiar. Tem de ser setor privado, alguém bom no setor privado deve estar envolvido na comunidade em tudo o que fazem. Quando renovamos o espaço falamos com as pessoas na zona que ainda se lembravam de como era o sítio antes e falamos sobre como deveríamos fazer e seguimos os seus conselhos. Eles sentem-se parte disto, nem sempre vêm comer aqui porque somos um pouco mais caros e não fazemos sopa, mas quando vêm cá amigos e dizem lembraste está como era. Não é porque as cores são um pouco diferentes, o espírito está lá como era porque respeitamos.</p>	ESPR23	14.
28	1:35:33.3 - 1:37:37.2	<p>Repensar a função do posto de turismo e não consigo pensar em mais nada agora. Sou mais de pequenas alterações e a favor de preservar e cuidar o que temos em vez de algo grande. Olhão é muito especial seria horrível se se transformar em mais um destino turístico eu vou-me embora, vendo o negócio e vou embora porque é o espírito do lugar que nos mantém aqui.</p>	ESPR23	15.

ESA 24

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:08.2 - 1:28.0	O turismo é hoje a atividade económica mais importante em todo o mundo, em pouco mais de 50 anos de turismo contemporâneo o setor assumiu-se como a primeira atividade económica a nível mundial e portanto isso mostra qual a importância do turismo. Por outro lado, o turismo tem uma característica de transversalidade que envolve todos os setores da vida e da sociedade, não é uma atividade específica ou especializada em determinada área, é uma atividade que é transversal a todos os setores da vida e da sociedade em geral isso confere-lhe uma importância naturalmente muito maior.	ESA24	1
3	2:29.5 - 4:45.8	O concelho de Olhão pelas suas características territoriais não é propriamente no contexto do Algarve não é um concelho que tenha grande desenvolvimento turístico pelo menos a nível de investimento em hotéis e em empreendimentos turísticos. Tem algum, tem um hotel e pouco mais, tem no interior em Moncarapacho alguma expressão, pouca, muito reduzida. Eu diria que o turismo para Olhão o turismo tem mais importância económica e social para os residentes do que para o concelho em si. Embora os valores turísticos das ilhas barreira e da própria ria tenham valor turístico, tenham valor turístico, mas não é previsível que o facto de não existirem praias por exemplo no concelho a não ser nas ilhas o que requer deslocação fluvial através de barcos e etc onde não é permitido desenvolver unidades hoteleiras nem empreendimentos turísticos limita muito o crescimento da atividade em Olhão embora os residente em Olhão possam desenvolver a sua atividade em concelhos da região mais vocacionados para o desenvolvimento turístico.	ESA24	1.1
4	4:45.8 - 6:28.5	É precisamente isso, é conciliar preservação e conservação dos valores patrimoniais, ambientais históricos e outros com o desenvolvimento económico, é tão simples quanto isto o problema não é dizer é fazer, o problema é fazer. O futuro do turismo e da atividade turística passa por precisamente por esse desenvolvimento sustentável porque são os próprios consumidores, os turistas, os consumidores de férias que vão exigir que assim seja, são os próprios consumidores que impõe que o desenvolvimento se faça dessa forma e não o inverso isso é inerente que a	ESA24	2.

		atividade turística para além das suas características naturais preservação e conservação desses valores patrimoniais e ambientais é o próprio consumidor que exige que assim seja. Caso contrário ninguém quer ir ou ninguém quererá ir passar férias para locais onde o ambiente e os valores patrimoniais culturais, etc desse locais não estão conservados e não preservados no futuro.		
8	15:02.3 - 17:59.3	Fizeram um dicionário com a língua dos pescadores aí de Olhão que é muito gira. Olhão tem alguma importância histórica relacionada com a questão da Restauração, são coisas que Olhão porventura terá explorado pouco, o papel de Olhão nas guerras liberais foi significativo, não vejo que em termos culturais Olhão, tirando a Sociedade Recreativa Olhanense não vejo aí grande, não vejo que Olhão esteja particularmente focada para desenvolver uma atividade cultural que possa ser ou possa atrair digamos fluxos, pessoas importantes aí para o concelho, pelo menos por enquanto. Não vejo que Olhão possa investir em infraestruturas e equipamentos de índole cultural que possam gerar e atrair pessoas aí para o concelho, honestamente falando não vejo isso. Associado a este turismo excursionista, digamos que são as visitas ao concelho ou que são aí a parte baixa, os mercados nem tem grande arquitetura de meados do século passado penso eu, nem sequer tem grande valor histórico, muito significativo, tem a igreja matriz, mas isso no seu conjunto não é muito para podermos dizer que Olhão tem uma estrutura cultural de tal forma que possa motivar as pessoas a ir a Olhão por causa disso. Nesse aspecto temos outras cidades no Algarve melhor preparadas ou mais adequadas para isso, Tavira por exemplo, que está aí ao lado.	ESA24	3.
10	20:10.2 - 22:35.6	Mais do que sustentável, eu penso que as pessoas que visitam Olhão são residentes na serra, estrangeiros que vão aí aos mercados comprar peixe, comer as suas refeições e depois há os visitantes que vão aos festivais do marisco e da cerveja e há depois as pessoas de outras localidades próximas que vão aí comprar marisco e servem refeições aí nos restaurantes, nos restaurantes de Olhão. Em Moncarapacho existe uma colónia de estrangeiros residentes temporários muito importante, muito significativa, Moncarapacho apesar de tudo estava muito distante de Olhão hoje com a estrada que vem da via do infante está perto, e isso também tem contribuído com muitos desses residentes. Eu sou cônsul de um país que tem residentes que	ESA24	4.

		vivem aí na serra, Santa Catarina da Fonte do Bispo, aí para o interior e o local natural para eles irem às compras é Olhão. Fazem de Olhão digamos uma espécie de local onde vão ao café, onde vão comprar coisas ao mercado, Olhão é sítio natural deles embora eles sejam residentes nos concelhos vizinhos.		
11	22:35.6 - 26:08.9	A Ria e as ilhas barreira, algumas nem sequer pertencem a Olhão. Só a Armona pertence a Olhão, mas a Armona tem características muito próprias, a Câmara detém a gestão na parte da Armona, enquanto as outras ilhas barreira têm o domínio público marítimo. Na Armona não é fácil, a ligação à praia é terrível, é longe, muito longe, a ocupação é desordenada ou muito desordenada melhor dizendo que resulta da ocupação ter sido feito num período muito conturbado que o país passou e a corrida às ilhas barreira foi uma constante e a Armona não conseguiu fugir, embora a Câmara continue a gerir a ocupação, o ordenamento da Armona não estava em condições para poderem pedir, porque não havia planos de ordenamento que permitisse ter um tipo de desenvolvimento diferente daquele que teve, uma ocupação condensada muito saturada e muito desordenada o que também acontece um pouco nas outras ilhas que não são de Olhão, mas que servem muito, servem mais Olhão do que Faro que é a Culatra e o Farol, servem mais Olhão do que Faro. Até as populações identificam-se mais com Olhão do que Faro, são valores intrínsecos. Na Fuseta não tem construção, tiraram tudo o que lá havia, desimpedir aquilo tudo e bem, não sei como é que vão conseguir fazê-lo no Farol e a Armona.	ESA24	5.
14	30:08.9 - 30:56.0	Olhão, não sei se tem sido comunicado como destino turístico, Olhão tem apanhado por tabela, é divulgado no contexto de promoção global do Algarve, não creio que tenha tido uma estratégia promocional específica quer a nível interno quer a nível externo.	ESA24	5.1
15	30:56.0 - 32:19.5	Naquela que a gente tem estado a falar, acho que é aí no desenvolvimento das marítimo turísticas para as visitas na Ria, desenvolvimento das visitas a Olhão associadas à sua gastronomia, deve-se afirmar pela gastronomia parece que é uma coisa que pode diferenciar Olhão em relação aos outros concelhos é a sua qualidade gastronómica associado aos produtos da Ria, penso que é aí que Olhão há que apostar de sobremaneira, por outro lado a nível	ESA24	6.

		industrial, não de indústria pesada que não tem mas a nível das conservas, indústrias ligeiras etc deve continuar a tentar fixar essas empresas no concelho porque são mais valias económicas e sociais importantes e devem continuar a tentar fixar essas empresas no concelho porque são mais valias económicas e socais importante e devem continuar a ser consideradas.		
16	32:19.5 - 33:23.6	A ideia de Olhão capital da Ria Formosa em termos turísticos é uma afirmação tem que mostrar essa diferenciação tem que ser capaz de afirmar essa diferenciação e essa diferenciação faz-se pelos passeios marítimos na Ria quer pelos gastronómicos associados aos produtos da ria. Olhão não tem forma de se diferenciar de outros concelhos que não seja por aí turisticamente falando, claro.	ESA24	7.
17	33:23.6 - 34:42.1	O turismo é uma atividade económica que trás melhorias de bem estar para as populações, o turismo só é entendido se por um lado conseguir e manter e conservar os valores patrimoniais e arquitectónicos, culturais, etc existentes e beneficiar as populações residentes através de gerar receitas importantes que possam contribuir para isso, as mais valias existem, aliás, está comprovado, elas já existem mas agora indiretamente, as mais valias económicas do concelho de Olhão levadas para aí pelas pessoas que sendo se Olhão trabalham no setor do turismo fora de Olhão.	ESA24	8.
18	34:42.1 - 36:29.2	Vai-se praticando, é daquelas coisas que a prática é tudo. Há que lançar os produtos, há que promovê-los, há que divulgá-los, há que ter estratégias de <i>marketing</i> adequadas de forma a que as mesmas se possam afirmar e consolidar no panorama do contexto turístico da região para que Olhão passe a ser considerado nos circuitos de visitas turísticas quer a nível da cidade em si, com os seus atrativos, mas sobretudo a nível das potencialidades da Ria é de facto para onde Olhão se deve virar. Há muitas cidades, Faro por exemplo, tendo a Ria desenvolveu-se de costas viradas para a Ria, Olhão tem de ser capaz de encarar o seu desenvolvimento não de costas para a Ria mas virado para a Ria, é digamos o seu bem mais valioso, o mais valioso de Olhão é a Ria.	ESA24	9.
19	36:29.2 - 39:45.2	Não conheço aí grande coisa, o chalé João Lúcio parece que é a única coisa digna de ser referida. Em Moncarapacho parece que há algumas quintas, é arquitetura de meados do século passado,	ESA24	10.

		<p>nem é arquitetura muito interessante ou com história, tirando a parte histórica que está associada à hipótese de ser valorizada desde que devidamente divulgada que Olhão teve. A questão das açoteias associada à cultura árabe também pode ser uma mais valia, antigamente via-se muito Algarve, Olhão aparecia com as suas açoteias, Tavira aparecia com os telhados das 4 águas mas até isso tem desaparecido muito de cena, Olhão devia ter saído de cena das açoteias com as que identificavam e diferenciavam. Aí dentro de Olhão há reminiscências árabes das medinas, das ruas estreitas, as casas todas pegadas umas às outras, cultura árabe típica e que tem valor turístico, tem valor histórico, tem valor turístico, mas são complementos. Acho que não são freguesias Marim e assim são sítios, mas muito abandonados, a conservação de tudo isso entre Olhão e Fuseta e estão muito degradados, passei por lá há tempos, há um parque de campismo parecendo mau cuidado, é da Câmara? pareceu-me mau cuidado, pareceu-me ali toda aquela zona de Marim muito mal conservada, requer embelezamentos vários, isso tudo seria importante com zonas de acesso ao mar, à Ria que poderiam ser valorizadas, mas ali nessas zonas de Marim vi tudo muito virado de costas para a Ria não percebo porquê, aí deveriam ter evoluído porque uma grande parte daquelas coisas são recentes não são muito antigas e requerem uma maior atenção, melhoramentos diversos, etc que as próprias estradas e vias de comunicação estavam muito degradadas agora não sei se já foi melhorado, tudo isso é importante ser melhorado, caso contrário fica com um aspecto terceiro mundista, não é para grandes visitas, que possa atrair muita gente para aí e depois o aparecimento de atividades económicas que possam ajudar digamos essas zonas, trata-se de zonas mais dormitórios, não é? até o parque de campismo dá ideia que há lá gente que vive permanentemente no parque, há estrangeiros, carrinhas, caravanas mas de uma forma que me pareceu desordenada posso estar errado, não quero exagerar mas é essa ideia com que fiquei.</p>		
20	41:24.6 - 45:49.6	<p>Mas o concelho tem oferta cultural? Eu não conheço coisa nenhuma tirando o Festival do Marisco se e que se pode chamar a isso cultural, uma atração cultural, não sei se podemos identificar. Não tenho conhecimento de mais nada, há a feira em setembro ou outubro a feira de Olhão ainda existe e não sei onde se faz agora, o sítio da feira está ocupado com apartamentos, fazem lá no porto de recreio onde estão os ciganos. O que é que se espera daquele espaço aberto entre o hotel e o mercado é um mercado permanente aquilo, entre o hotel novo e a</p>	ESA24	10.1

		<p>praça há uma zona de jardim onde há um mercado de ciganos parece que é permanente, é diário. Com todo o respeito não me parece, digamos uma coisa, se calhar aquilo fazia-se num sítio qualquer mais para o interior da cidade a caminho de Pechão ou a caminho de Moncarapacho, arranjar um espaço para fazer esse mercado semanal e fazer ali um jardim, uma zona de estar, de lazer, etc., que é o que aquela zona ribeirinha devia ser, aquela zona ribeirinha devia ser uma zona de lazer, de estar, melhorada. Também me pareceu que aquele jardim a seguir às praças de peixe e legumes podia ser mais bem cuidado, é um ex-libris de Olhão. Olhão não tem muita coisa para mostrar, esse jardim devia ser um <i>must</i> da cidade, tem umas coisas interessantes mas não estão bem cuidadas, Há um semi aquário com umas aves, até podia ser interessante desde que fosse bem cuidado e preservado. É preferível não ter se não se conseguir manter em condições, é preferível não ter isso é coisa que ninguém tinha. O outro jardim do outro lado das praças também é interessante. O cais é aí os barcos saem daí ao pé desse jardim, não é?</p>		
23	48:59.7 - 50:51.5	<p>O que motiva as pessoas a deslocar-se é o lazer ou satisfação de poder usufruir de bens naturais sol as praias o mar o clima ameno, isso é a principal motivação para as pessoas se deslocarem de um lado para o outro. É a motivação dos recursos turísticos porque o turismo é uma atividade de pessoas para pessoas mas que exige a deslocação do consumidor ao local da produção, ou seja, se a pessoa quiser beneficiar do sol do Algarve tem que cá vir, vê internet mas não goza o sol na internet tem que cá vir, se a pessoa quiser comer os mariscos de Olhão vai ter que ir aí raramente os encontra fora daí, pelo menos com a qualidade de estando aí. para as pessoas se deslocarem precisam de alojamento e transporte, não podem ficar todas a viver ao ar livre o que temos de saber é conciliar isso tudo, conciliar isso tudo numa forma integrada é isso que é interessante.</p>	ESA24	11.
24	50:51.5 - 51:24.0	<p>Penso que não, não vale a pena tecer mais considerações, daquilo que conheço acho que não, correndo o risco de estar a ser pessimista.</p>	ESA24	12.
25	51:24.0 - 54:57.9	<p>Hoje em dia cada vez mais todos estão de acordo que esses projetos devem ser partilhados e não podem ser emanados de cima para baixo e deverão refletir a vontade de todos os agentes envolvidos, portanto nessa perspectiva às vezes há uns poderes públicos que fazem umas coisas</p>	ESA24	13.

		<p>por iniciativa própria e que saem bem mas foi só por acaso, outras vezes normalmente saem mal se porventura houvesse esse cuidado da partilha do conhecimento e do saber naturalmente isso resultaria muito melhor portanto isso deve envolver os agentes económicos e sociais e as populações residentes devem estar envolvidas nisso porque é para elas em última análise ou em primeira análise que se dirigem os benefícios desses investimentos. ((Operacionalizar)) Primeiro temos a estratégia e depois há os que têm de executar a estratégia e para isso é que existem entidades públicas e privadas a cada um dos agentes caberá o seu papel, os públicos farão o seu papel e os privados farão o seu, depois a partilha na participação é também a partilha na execução não pode ser deixado digamos à espera que as coisas aconteceram. Planear pressupõe antecipadamente os saberes a estratégia de investimento que exige recursos financeiros desde logo, sem investimento há planear, não há investimento, tem que haver investimento e depois tem que haver execução, tem que haver as atividades que se desenrolam e desenvolvem em torno daquilo, planear para ficar na gaveta não é preciso, há muita gente a fazer isso, nas mesas de café há gente que planeia com fartura, sabem tudo não há ninguém que não saiba o que é preciso fazer, cada um tem a sua sentença, cada um tem o seu planeamento, mas o problema não é esse, o problema é planear de uma forma mais consensual possível e depois execução, as responsabilidades têm que ser repartidas por cada um dos atores envolvidos no processo.</p>		
26	54:57.9 - 56:52.1	<p>É todos, então não é diferente a cultura não é exclusiva de A ou B. Há pessoas que pensam ao contrário, pensam que não, que a cultura só eles é que sabem, mas não é assim, a cultura somos todos nós, se há atividade ou setor em que exige um maior envolvimento de todos é a cultura, eu gosto pouco de ouvir os sabichões da cultura, há donos, exclusivos da cultura Portugal tem muitos donos desses, tem muita gente dessa, à conta que os outros paguem, à custa dos outros, isso não dá, não funciona é por isso que isto não evolui, é claro que se pensarmos assim não crescerá não haverá desenvolvimento.</p> <p>((operacionalização)) é óbvio, tem que haver a partilha de todos, então. Será que os valores históricos, folclóricos ou outros que queira chamar não tem importância cultural? tem importância cultural vital na atividade turística e isso é primordial os usos e costumes, etc, tudo isso é fundamental, todos têm de participar nisso sejam lá os sabichões que têm que dirigir isso ou os poderes públicos decidam depois os diferentes agentes envolvidos como é óbvio.</p>	ESA24	14.

28	57:17.0 - 1:00:42.9	<p>Ainda estou a pensar na sua primeira pergunta, ainda tenho aqui mais 3 livros para escrever. Ficou tudo por dizer. (...) Sabe o turismo é uma atividade que se desenvolveu por si próprio, o turismo contemporâneo tem pouco mais de 50 anos e nasceu na Europa no seguimento do sucesso das medidas económicas de exceção implementadas a seguir à Segunda Guerra Mundial o chamado plano de Marshall que trouxe benesses sociais consequências também das democracias que surgiram na Segunda Guerra Mundial no centro e norte da Europa e há a evolução de uma tecnologia nova que surgem também no seguimento no âmbito da Segunda Guerra Mundial que foi o avião o transporte aéreo. Portanto, há pouco mais de 50 anos as pessoas do centro e norte começaram a ir para o sul a fazer férias à procura de condições climatéricas mais favoráveis mas também à procura das culturas milenares que se desenvolveram na bacia do Mediterrâneo, a bacia do Mediterrâneo, como sabe, à volta do Mediterrâneo desenvolveram-se culturas milenares diversas e, portanto, as pessoas vieram à procura não apenas do clima ameno, vieram muito à procura do clima ameno mas também das culturas milenares. Mesmo aqueles que vieram por instinto vieram nesse sentido, foi aqui que foi o grande berço de civilizações mundiais e sobretudo europeias, etc., foi na bacia do Mediterrâneo, foi aqui que essas civilizações estiveram se desenvolveram, surgiram, etc., como é sabido e nós temos de saber aproveitar isso melhor a nosso favor e por ventura não teremos feito ou sabido fazer, portanto, Olhão na parte que lhe corresponde poderia ter porventura também ter um papel nisto, não é? Na parte que lhe compete não é muito no contexto da região do Algarve, vejo o Algarve como um todo e Olhão é parte integrante e ter isso em consideração também. Nós deveríamos ter uma retórica histórica para turistas para que pudéssemos transmitir de forma inteligente e rápida, sucinta, resumida para que pudéssemos preencher este vazio que as pessoas do centro da Europa têm e ambicionam conhecer da nossa parte, não temos sabido comunicar devidamente isso. Em Olhão há também uma questão importante que tem que ver com a comunicação, quando pergunta o que ficou por dizer talvez seja mesmo essa a questão o desenvolvimento da comunicação, comunicar tudo isto, não é só fazer isto que a gente diz é comunicar bem, tudo isto que a gente falou deve ser bem comunicado.</p>	ESA24	15.
----	---------------------	--	-------	-----

ESA 25

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 2:53.9	Em termos globais acho que o turismo é uma atividade muito interessante, em termos económicos digamos por aquilo que as pessoas dependem, gastam pelas importantíssimas verbas que movimenta pelos setores que envolve os transportes, a restauração, a hotelaria enfim, acho que é muito importante do ponto de vista económico. Do ponto de vista cultural é digamos também a divulgação, conhecer, outros mundos, outras culturas, do ponto de vista pessoal é o enriquecimento, desenvolvimento da pessoa, abrir horizontes, sair do seu sítio, o turismo pode proporcionar isto tudo, criação de riqueza do ponto de vista económico, intercâmbios culturais muito importantes e desenvolvimentos pessoais muito assinaláveis.	ESA25	1
3	2:27.8 - 4:07.6	Não tenho neste momento muitos dados, tenho a minha percepção mas não tenho números, a percepção que eu tenho é que digamos Olhão neste momento está um bocadinho, neste momento e de há algum tempo para cá está um bocadinho na moda foi descoberto por algumas comunidades estrangeiras franceses, italianos que vieram cá e descobriram isto se deslocaram para cá portanto penso que tem havido alguma animação e penso que desse ponto de vista Olhão tem melhorado nos últimos anos as condições para atrair pessoas e para haver o turismo que não havia à 15, 20 anos o turismo era assegurado pelas pessoas da margem sul do Tejo vinham para a Armona passar umas temporadas, o turista era muito português. Hoje as coisas mudaram, nomeadamente com aquele hotel, as coisas mudaram e creio que estão um bocadinho melhor.	ESA25	1.1
4	4:07.6 - 6:53.2	Um desenvolvimento sustentável na minha opinião é um desenvolvimento que envolva múltiplos setores, que não afunile as coisas, por exemplo, um desenvolvimento baseado por exemplo no turismo se há percalço qualquer fica-se sem alternativas, no caso do Coronavírus ninguém estava à espera de uma coisa destas e a atividade no Algarve muito dependente do turismo terá decaído 30% segundo dizem, em geral, no próprio setor terá caído 70%, o desemprego foi uma coisa digamos assim é mais do que preocupante. Subitamente as pessoas viram-se com as unidades hoteleiras, os restaurantes fechados, obrigados a fechar, o Algarve não tendo muito mais atividades que permitisse que se continuasse a viver é evidente que se continuou, mas tudo no	ESA25	2.

		Algarve está um bocado dependente do turismo tudo se ressentiu. O desenvolvimento sustentável é o contrário disto é ter vários setores, várias valências económicas que vão fazendo crescer e que não se limitem façam coisas mas deixem alguma coisa, algumas estruturas, algum conhecimento, que não seja apenas, por um lado, tudo assente numa única atividade e por outro lado que não sejam coisa assim tipo fogo de artifício que é muito bonito mas depois acabou e não fica nada.		
7	15:59.6 - 19:36.3	Em termos culturais acho que a grande questão, também acho que aqui nos últimos tempos as coisas têm melhorado um bocadinho. Olhão é um concelho jovem, não tem uma história assim muito, quer dizer é rica, aquilo que tem é rico, mas não tem uma grande diversidade de elementos históricos, não tem uma grande monumentalidade, por aí aquilo que há para valorizar, que há não é assim muito. Mas há uma questão que eu penso que é importante, voltamos à tal questão que é a questão dos saberes, em Olhão além de não haver monumentalidade, de não haver uma história muito antiga, há as pessoas, o que as pessoas fazem em Olhão, em que que se ocupam, se calhar isso pode ser o factor diferenciador, mostrar as pessoas de Olhão e aquilo que fazem pode ser um factor de atratabilidade digamos assim de pessoas de fora. A cultura não é só ir a um concerto, nesse aspecto acho que tem-se melhorado um pouco. Já há uma feira do livro mais ou menos regular, iniciativas deste com mais regularidade, não se pode fazer uma feira do livro e depois está-se não sei quantos anos sem fazer. em termos de música sem ser aquela música que pronto as pessoas gostam, cantores mais populares, mas quem gosta de outro tipo de música não encontra em Olhão muitas opções, música mais erudita, clássica. Acho que é uma lacuna, Olhão poderia ter 2 ou 3 festivais anuais no domínio das artes da cultura como tem o Festival do Marisco que é uma iniciativa já importante e interessante e a feira do livro mas poderia ter o festival de música não sei quê, festival de teatro, acho que isto podia ser possível, vendo isto de uma forma integrada que seria possível ter uma oferta cultural que atraísse, de facto, gente.	ESA25	3.
9	22:10.3 - 23:30.6	Eu acho que não tem. Têm sido feitas coisas, nos últimos anos tem havido por exemplo o novo hotel foi de facto uma aposta ganha e trouxe uma animação muito grande ali àquela zona da baixa ou ajudou a dar uma animação muito grande à zona da baixa, mas depois em termos turísticos para além da tal a animação e para além dos alojamentos locais aqueles hosteis pouco mais se vê, a Câmara fez o percurso das lendas que é uma coisa interessante parece que é curto, que se podia fazer mais, voltando à tal questão eu julgo que o que tem sido feito tem sido muito na sede do	ESA25	4.

		concelho esquecendo as outras freguesias, esquecendo que Olhão concelho não é apenas Olhão cidade.		
10	23:30.6 - 25:13.4	<p>É a Ria, é as ilhas, pesca, Olhão continua muito associado à pesca e isso não é mau mas acho que é curto porque Olhão tem mais coisas além da Ria e pesca vai tendo cada vez menos, vai tendo. Como Olhão foi durante muito tempo uma cidade associada à pesca esta marca distintiva está a ser perdida porque, pelo definhamento da pesca, ou se arranjam outras atividades que caracterizem que dêem identidade a Olhão ou então qualquer dia o que é que nos diferencia? É isto que eu acho que é essencial que haja um desenvolvimento sustentável que Olhão não seja só isto. É a Ria, é o Festival do Marisco pronto, é isso que eu me aperceba da percepção que eu tenho pouco mais é do isto. Podia ser mais do que isto, tem que se olhar para o concelho e não apenas para a cidade de Olhão, ver o que é que há para valorizar e portanto e era quase uma espécie de carta turística, um levantamento daquilo que há para oferecer aos visitantes que não seja apenas a Ria, o que há em termos de campo, de Ria de outras atividades, penso que isso só valorizaria se nós divulgamos as atividades económicas como é que as elas são feitas, se permitisse o acesso de visitas a fábricas, às poucas fábricas que existem ir lá visitar aquilo, alguém que explicasse como é que aquilo funciona, ir lá ao tal azeite ver como é que aquilo funciona, ir aqui assim atrás de onde eu moro ver as framboesas, como é que aquilo também funciona, ver as flores do Monterosa, se fosse possível organizar estas visitas temáticas para além da Ria eu acho que isto tinha muito interesse. Porque a Ria nós vamos à praia um dia, dois dias, há gente que gosta de estar n dias na praia mas depois também há outros que depois ao fim de 2 ou 3 dias procuram outros focos de interesse e se Olhão não os tem vão procurar em Tavira, em Faro vão procurar noutros lados ao passo que se Olhão tiver pois está a valorizar e a proporcionar que as pessoas digamos façam turismo como se costuma dizer cá dentro no concelho, sem ser apenas com a Ria e com a praia. ((visitas às fábricas de conservas não são autorizadas)) isso coloca várias questões pode significar uma certa miopia da parte das fábricas, das empresas, as visitas podem ser virtuais, podem fazer uma animação, imagina um centro de divulgação de Olhão, como há um museu, não um local em Olhão que diga que em Olhão há isto, isto e isto, o que nós temos é um posto de turismo dá ali uns folhetinhos, entrega umas coisas e tal, temos um museu que faz umas coisinhas mas não há digamos assim a possibilidade de se conhecer o que há em Olhão de forma integrada, podia ter ali</p>	ESA25	5.

		<p>assim se calhar umas miniaturas de barco de pesca, uns filmes sobre a atividade conserveira as tais visitas ao azeite, flores, acho que isto podia ser possível, por exemplo eu já vi várias vezes os stands que Olhão leva às feiras do turismo que existem, nomeadamente em Lisboa, normalmente o que Olhão leva são fotografias da Ria, dos barcos da pesca, dos viveiros de amêijoas, são fotografias bonitas, lindíssimas fotografias, mas muito ligadas à questão do mar, penso que há pouca divulgação de outros aspectos que Olhão pode também oferecer. Em relação à questão das conserveiras não estarem interessadas nisso também aparece aqui um papel de sensibilização das entidades ligadas ao turismo da autarquia para tentar perceber essas pessoas que até pode ser do seu interesse abrirem portas para que se conheça o que eles fazem, para que se conheçam as suas marcas, para que se conheçam os seus produtos e não haja a visão fechada do negócio, do segredo, eu acho que há aqui um papel didático de procurar dar uma visão comunitária a quem não a tem, alguém tinha de ter esse papel, se assumir essa postura. Vamos lá ver, calma aí mas vocês não abrem portas, porquê? O que é que vocês ganham com isso? O que é que vocês estão querendo esconder? O que é que ganham com isso? Então, não encaram que de facto se forem lá pessoas ver aquilo como funciona como não funciona, o que fazem conhecer as marcas, as marcas dos vossos produtos, poderem comprar inclusivamente? Eu acho que isto ajudava-os, quer dizer, se as pessoas fossem lá a uma fábrica de conservas não há praticamente nenhuma no Algarve a não ser em Olhão, se as pessoas fossem, se houvesse ali no final uma degustação se as pessoas gostassem, então as pessoas não ficavam na ideia a marca tal em Olhão, estive lá, uma conservas bestiais não sei quê. Acho que isto valorizava a terra, valoriza-se o que se faz na terra e valorizava quem trabalha na terra.</p>		
13	40:27.0 - 41:26.9	<p>Eu acho que é pobre, aliás, nem sei bem que imagem é que se passa de Olhão em termos turísticos para além da Ria e para além das rias e o Festival do Marisco, não vejo o que é que se divulga mais que Olhão tem para oferecer. Também posso ser eu que estou a ver mal que não ando muito lá pela baixa, mas é o que me apercebo, e a ideia que eu tenho.</p>	ESA25	5.1
14	41:26.9 - 41:53.6	<p>Olhão precisa de mais turistas, quanto mais melhor, mas depois também precisa de estruturas para os acolher, precisa de restaurantes, precisa de hotéis, precisa disso não é? Precisa de programas que fixem cá os turistas, que fixem cá as pessoas, eu diria mais eu acho que Olhão precisa de um plano de turismo concelhio, eu pergunto o que é que se quer fazer do turismo em</p>	ESA25	6.

		<p>Olhão? Eu não sei, pode ser que seja deficiência minha mas eu não me apercebo que haja uma política municipal de turismo portanto, acho que há um gabinete de turismo na autarquia, mas eu também não sei o que eles fazem, mas volto a dizer pode ser deficiência minha, mas não sei o que está a ser feito e acho que era necessário a necessidade de um plano municipal de turismo que fizesse o levantamento do que temos cá da Ria, no mar, na pesca, na agricultura, no campo, etc. o que nós temos que possa ser promovido e depois também precisamos de uma estrutura que se debruçasse sobre estas questões constituída pelos agentes e pelas instituições que estão ligadas a isto, volto a dizer eu não sei o que o gabinete de turismo faz, se calhar faz muita coisa eu é que não conheço, mas eu acho que isso é pouco, o gabinete de turismo pode ser uma entidade interessante mas se não estiver apoiada pelos agentes, pelos operadores turísticos. Por exemplo, o que estavas a dizer à bocadinha que as conserveiras não permitem visita ora aí está um fórum onde se podia discutir esse tipo de questões, digamos com outros agentes concelhios que se pudesse fazer uma discussão o que interessa divulgar, que barreiras que têm que se vencer para dizermos assim esta é a nossa oferta turística e esta é a cabeça, a entidade que vai pensando a cada momento o que temos para oferecer o que é que vamos valorizar o que é que não vamos valorizar.</p>		
15	44:44.8 - 48:30.6	<p>Por exemplo, o que tem de diferente e especial: a sua gente, nomeadamente aqueles setores sociais mais específicos, mais ligados à génese de Olhão, à pesca, os mariscadores, as conserveiras, digamos este pode ser o fator diferenciador, já estamos a ver as questões da Ria fundamentalmente as questões da Ria podemos valorizar também coisas relacionadas com o campo, mas aquilo que realmente nos torna únicos é a nossa gente, nós dizemos que a zona histórica de Olhão não há em mais lado nenhum do mundo, é verdade, é isso que nos distingue, temos que encontrar e valorizar o que nos distingue, eu acho que isso tem sido pouco valorizado, as gentes de Olhão a experiência, a história, estórias, tem sido pouco valorizado mesmo na literatura por exemplo, há livros muitos interessantes de alguns autores olhanenses mas vê-se uma edição às vezes às custas dos próprios autores depois esgotaram e nunca mais foram editadas e algumas delas muito interessantes e mereciam ser reeditadas e valorizaria mais ainda as pessoas de Olhão e é isso que nos distingue. Se nós não temos um grande património construído, edificado, nós não temos muita atividade cultural, se não temos muitos eventos</p>	ESA25	7.

		desportivos o que é que vamos valorizar? pois valorizemos a Ria, sim senhor, valorizemos o campo, valorizemos algumas iniciativas regulares por exemplo de 2 em 2 anos um festival de música não digo clássica, que não fosse apenas a chamada música popular, evidentemente que é muito diferente nós vemos aqueles concerto promenade que os ingleses fazem ao domingo de manhã aquilo são coisas magníficas e as pessoas gostam. Eu tenho impressão se nas épocas adequadas primavera, outono, não no verão que as pessoas querem ir para a praia, muito bem, no inverno também não se pode sair de casa que está a chover, mas nas épocas adequadas haver aqui assim de 2 em 2 anos haver festivais diferenciadores acho que isso também valorizava Olhão, digo eu.		
16	48:30.6 - 51:04.4	É muito importante, se não tivermos experiência, se não tivermos como fazer turismo, como lidar com os turistas estás sempre a começar do zero. No fundo a experiência é a mãe de tudo, é a experiência que determina tudo e no turismo também é assim, ou tens experiência turística e para isso tens que começar e se calhar já tens alguém com experiência turística pelo menos em determinado segmento, por isso é que eu digo que é muito importante haver um conselho municipal de turismo que troque experiências olhe aqui estamos a fazer assim, estamos a fazer assado, isto tem dado resultado, isto não tem. Eu acho que a experiência é a mãe de tudo. ((experiência turística)) É preciso conhecer qual é o tipo de turista que cá vem, há vários tipos de turista há o turista consumidor, só quer beber, comer umas coisas, mas há pessoas que se envolvem e se calhar gostavam de ir ver as plantas lá em Moncarapacho, de ir ver o azeite, de ir ver as framboesas aqui assim por trás, é isto, nós temos que saber quem cá vem e quem queremos atrair, depois é que podemos definir aquilo que temos e como é que queremos oferecer aquilo que temos.	ESA25	8.
17	51:06.8 - 54:03.3	Por exemplo, digamos assim a visita a atividades de ponta, o azeite, desculpa lá estar a insistir muito nisto, mas acho que isto está pouco explorado, o azeite, as flores, os frutos silvestres, isto pode ser um produto turístico, imagina um circuito, podiam haver um circuito aqui da agricultura	ESA25	9.

		<p>moderna em Olhão, uma visitazinha com degustação, depois fosse lá ao olival, também saborearam lá os azeites depois iam ver as flores, depois iam ver os frutos silvestres aqui atrás e degustava, eu acho que isto era programa para um dia, não era preciso ser coisas cansativas, massadoras, na parte da manhã fazer 1 ou 2 visitas e na parte da tarde fazer 1 ou 2 visitas também ou em 2 dias fazer assim 3 ou 4 visitas eu acho que isto podia ser interessante e aquelas pessoas que vêm ali para o hotel só querem ir para Ria, só querem ir para a água, só querem estar na piscina e se lhes fosse oferecido um tour, vamos fazer uma visita aqui as estufas de frutos silvestres aqui em Pechão ou então vamos fazer uma visita para ver como é que se faz o azeite ali em cima, ou alguns produtores de vinho que ainda existem, ali na zona da Maragota, Fuseta por aí assim e acolá, eu acho que as pessoas eram capazes de ir, digo eu. Ao fim de de estarem 4 ou 5 dias metidas no hotel, na piscina, na Ria, hoje vou querer diferente, hoje vou virar-me para o interior e se tivesses empresas que fizessem isso, que se deslocassem, que tivessem guias eu acho que isto dava resultado, está por provar que isto dê resultado.</p>		
18	54:03.3 - 56:44.6	<p>Isso já era o que já estava a dizer há pouco. Será de criar aqui ou 2 ou 3 festivais ou mais que se consoante se achasse interessante, festivais anuais ou plurianuais alternadamente que fossem atraindo, por exemplo nós temos o Festival do Marisco já se sabe que atrai pessoas todos os anos por causa da questão do marisco. Mas se tivesses assim aqui assim um festival de música diferente que não tens em mais lado nenhum no Algarve, tens o festival de órgão em Faro que é de 2 em 2 anos aquilo atrai muita gente e aquilo dura um mês, durante um mês fazem alguns espectáculos em várias igrejas de Faro, havia aqui turistas que espera aí para o ano que vem há um grande festival não digo de órgão nem sequer sei se a igreja de Olhão tem órgão ou não, mas se calhar a igreja de Moncarapacho tem, alguns concertos distribuídos pelas igrejas Moncarapacho, Fuseta, por Pechão, assim com pequenos agrupamentos de música de câmara, eu acho que isto tinha resultado não só em termos de população, por exemplo, haver um concerto de música clássica, música de câmara na igreja da Fuseta eu acho até as próprias pessoas da Fuseta lá iam porque era uma novidade para a terra. E estaríamos a elevar o nível cultural das pessoas, para além da possibilidade de atrair turistas que estiveram por cá ou começar a ser conhecido que há o festival em Olhão, se calhar habitua-se, como programa ir ao festival de música de Salzburgo, não tínhamos Salzburgo tínhamos Sal Olhão, o festival de Sal de Olhão de</p>	ESA25	10.

		música.		
19	56:44.6 - 58:42.0	Claro, o pacote deve ser por um lado segmentado mas por outro o mais completo possível, podes ter um pacote de oferta de produtos ligados ao mar podes ter um pacote de produtos ligados à agricultura, podes ter outra oferta de produtos ligados à cultura, mas tens de ter uma oferta global que permita uma visão global do que se faz e do que é que não se faz para que as pessoas possam optar. Hoje quero ir ver as questões do mar então hoje vou dedicar o meu dia ao mar, mas amanhã vou dedicar a outro, e no outro dia vou ficar no hotel a descansar. Tens que ter condições para isto, eu acho que se podem criar essas condições, acho que se tem feito muito pouco para promover isto, para dinamizar atividades deste tipo, eu posso estar a ser muito injusto com o gabinete de turismo da Câmara, com a autarquia, que acho que tem feito um esforço assim casuístico o que se faz é um bocado casuístico o que se faz é mais a preocupação de animação do que criar eventos que fiquem que perdurem que se vão colando à pele de Olhão, desculpa a expressão, vão-se colando ao nome de Olhão como eventos que valem a pena serem vistos.	ESA25	10.1
22	1:05:23.9 - 1:09:37.4	Muito importante, só que eu não sei como é que as pessoas chegam a Olhão, se calhar as portuguesas chegam de carro, depois pões ali naquele estacionamento que a Câmara agora arranhou, outras vêm de avião e depois vêm do aeroporto para aqui, um exemplo, em Olhão não há uma agência de alugueres de carros, nem uma filial, quem quiser alugar um carro em Olhão como é que faz? Não faz, vai ao aeroporto. Se calhar podia haver aqui assim uma sucursal de uma agência de uma Hertz, duma Davis uma coisa assim dessas, se a pessoa quiser dar uma voltinha não tem, se não tiver carro não tem forma de fazê-lo. As infraestruturas, o transporte e o alojamento são essenciais, voltamos à tal questão para saber quem é que nós queremos cá trazer e quando cá vierem o que vão fazer e quanto tempo vão ficar e onde vão ficar. Estes hosteis de uma forma geral não são direcionados para o casal de meia idade é mais direcionado para a malta nova, são tipo camaratas para passar 1 noite, 2 noites tudo bem. Não temos em Olhão mesmo não há um hotel virado para a classe média, ou tens uma coisa muito rica ou tens esses hosteis para a malta nova depois tens umas pensõezinhas tipo Armona e não sei quê, mas não tens coisas com qualidade, digo eu, também não conheço muito. (...) Restaurantes a gente já tem, a pessoa vem para comer para fruir a gastronomia, por exemplo a gastronomia nós não temos um festival de	ESA25	11.

		gastronomia de Olhão, digamos comidas mesmo típicas de Olhão ou comidas algarvias que Olhão também trate e juntar os restaurantes não apenas os da baixa, já não sei onde há restaurantes sem ser na baixa ou ao longo da 125, há um ou outro tipo take away e coisas desse género. A Fuseta podia fazer um festival de gastronomia, que não fosse só o peixe assado, o peixe assado também mas, eu acho que isto está pouco explorado.		
23	1:09:37.4 - 1:12:31.8	Isso tudo, aquilo que eu te estava a falar há bocadinho numa espécie de plano municipal de turismo e num conselho municipal de turismo, num conselho municipal de turismo tinha que participar nisso tudo entidades públicas, privadas, associativas, por exemplo, as associações raramente ou nunca são chamadas para pronunciar-se no âmbito da sua atividade, por exemplo a APOS diz defender o ambiente cultural e ambiental de Olhão nunca foi chamada para participar no quer que fosse em termo, e não devia ser? Devia porque muito ou pouco ter a algo a dizer que poderá ser útil. A APOS fez o guia turístico que a Câmara ficou muito aborrecida que não foi ideia da Câmara e foram eles a correr fazer outro, mas aqui está um exemplo de como a Câmara não tem de fazer tudo e a sua atividade pode ser complementada por iniciativa de outras entidades e digamos aqui aparecem os privados. Público aqui em termos de turismo tens a Câmara, a Região de Turismo do Algarve, tem assim aquele gabinetinho e pouco mais. Nos privados tens uma série de agentes, marítimo turísticas, pequenos operadores, em termos associativos tens associações reais mas que não participam mas deviam participar é como eu digo muito ou pouco deviam ter alguma coisa para dizer e a comunidade se vais fazer uma coisa na zona histórica tens que ouvir as pessoas daquela zona, se vais fazer uma coisa na Fuseta tens que ouvir as pessoas da Fuseta obrigatoriamente.((Operacionalização)) depois as coisas serão setoriais e há o tal conselho municipal de turismo que seria a mola e não apenas o gabinete de turismo da autarquia seria a mola para tratar das coisas.	ESA25	13.
24	1:12:31.8 - 1:15:26.4	Se houvesse isso tudo, em termos culturais não sei talvez tenhas um guião, estrutura cultural em Olhão tens aquela associação Foz do Êta na Fuseta, tens o grupo Etnográfico de Quelfes e sinceramente não tens muito mais, mas todos devem participar e mais tínhamos que ir chamar e até dinamizar quem pudesse dizer alguma coisa a este nível em termos associativos. Por exemplo, a APOS associação do ambiente, património cultural e ambiental se houvesse alguma coisa desse	ESA25	14.

		<p>género a APOS ia participar, quem quer que tivesse alguma iniciativa desse domínio devia procurar ouvir a APOS, porquê? Porque a APOS, melhor ou pior a APOS ou outra associação qualquer ou outras terão alguma coisa a dizer, sair do seu canto e isso pode ser útil pode levantar ideias.</p> <p>((operacionalização)) Devem ser todos, estou a lançar ideias que não estão muito amadurecidas mas o conselho municipal do turismo não podias por ali 100 pessoas que trabalham em turismo em Olhão, tinha que ser uma coisa alargada, mas depois teres, não digo secções, mas comissões mais específicas para as questões da Ria, do campo, da cultura, do desporto, pronto, eu acho que era possível.</p>		
26	1:17:50.3 - 1:22:23.9	<p>No fundo é um pouco o que já disse do plano de turismo e conselho de turismo, daquilo que eu conheço a atividade turística em Olhão está completamente entregue a si própria, eu sinceramente não sei o que faz o gabinete de turismo da Câmara mas não se note não há visibilidade, o grande salto que se podia dar é com a criação desta estrutura, ou desta entidade que permitisse que muita gente participasse nisso ou pelo menos uma participação mais alargada nestas questões em oposição àquilo que se faz agora que é um bocado casuístico e com intervenções pontuais que é que existem por parte município. Assim tinhas institucionalizado um órgão que reunia 2 vezes por ano ou quando fosse necessário e falava nas questões do turismo. Por exemplo no princípio do ano o que estamos a pensar, como possa ser, isto pode tudo ficar de pernas para o ar se aparece uma coisa tipo o bicharoco como o vírus, isto pode ficar de pernas para o ar mas se não tiver nenhuma planificação é pior ainda. A minha sugestão é esse conselho municipal de turismo e plano de turismo municipal. ((visão para Olhão)) sonho com Olhão mais amigo do ambiente mais amigo da Ria porque voltamos um bocado à tal questão as entidades públicas têm uma visão da Ria que a Ria está ali e regenera-se a si própria, muita gente de Olhão olha para a Ria só na perspectiva da fruição, só na perspectiva de gozar daquilo que a Ria dá, mas eu acho que é preciso mais, eu sonho com um Olhão mais amigo do ambiente, com pessoas mais conscientes das necessidades de defender o ambiente e defender a terra, isto não basta a gente dizer que gosta muito de Olhão e o que fazemos para defender, para dar uma imagem nova de Olhão? Eu acho que isto tem vindo a mudar, há uns anos Olhão porta sim porta não isso colou-se à pele, colou-se ao nome mas isto tem vindo a decair agora é isto que eu vejo uma terra</p>	ESA25	15.

	harmoniosa, respeitamos os valores ambientais, culturais da sua história, com cidadãos que estejam conscientes do que a terra é, do que ela vale, dos seus valores, que saibam receber que estejam abertos a novas experiências, novos conhecimentos, novas visões e que consigam viver em equilíbrio consigo, com a terra e com a vizinhança.	
--	--	--

ESA 26

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:24.5	É o mais importante na nossa economia, o peso do turismo é o mais importante, principalmente na nossa região.	ESA26	1
3	1:37.0 - 2:05.1	O papel do turismo começou a desenvolver, teve um crescimento exponencial porque arrancou quase do zero, nestes últimos anos talvez nos últimos cinco anos é que começou a ter um papel com algum relevo do ponto de vista económico.	ESA26	1.1
4	2:06.7 - 2:25.6	Um desenvolvimento sustentável é aquele que não esteja sujeito a depreciar o meio ambiente a fazer um enquadramento com a humanidade, com as pessoas onde está inserido, ser amigo do ambiente, ser amigo das pessoas.	ESA26	2.
5	2:43.5 - 3:55.0	É preciso criar algumas situações com vista a diminuir o valor nomeadamente a habitação com vista a evitar também a proliferação de equipamentos que ao fim e ao cabo são habitacionais, mas que não passam de ocupação de solos agrícolas e criar alternativas para aquilo que possa ser menos sustentável e menos amigo das comunidades portanto não tenha um peso muito excessivo.	ESA26	3.
8	5:55.5 - 7:22.7	Os desafios, portanto, é privilegiar de alguma maneira e darem oportunidade para que o nosso património, portanto, se evidencie e possa aparecer para as pessoas que nos visitam e aquelas também com uma determinada idade sintam orgulho em manter a sua identidade cultural e aqueles que nos visitam encontrem alguma identidade diferenciadora. No turismo o que vende é a diferença, as pessoas não vêm visitar uma coisa que estão habituadas a ver, vêm à procura de algo diferente. Nessa parte cultural temos uma grande riqueza que, por um lado se está a perder mas que importa ainda conseguir valorizar e criar condições para que não se perca.	ESA26	3.
10	8:14.2 - 8:45.6	Ele tem aparecido, agora se me disseram que um projeto de plano de sustentabilidade, agora que não tem criado focos muito importantes de contestação também é um fato..	ESA26	4.

11	8:45.5 - 11:18.6	Olhão é um concelho riquíssimo na sua diversidade porque consegue ter terra o barrocal e o litoral, o mar as praias, praias muito aprazíveis e de alguma maneira extensas e com condições maravilhosas para a prática náutica, de recreio e bem estar saudáveis, conseguem também ter um porto de pesca, um pescado com diversidade, com particularidade da Ria, o marisco, as suas gentes também são peculiares, faz sentir pela positiva o seu bairrismo, a sua identidade, as pessoas simpáticas, acolhedoras em termos gerais, há malucos em todo o lado. Portanto, o concelho de Olhão diversidade geográfica, pela diversidade das pessoas conforme é essa parte geográfica onde residem, a oferta em termos gastronómicos bastante diversificada, e uma densidade não muito grande ainda de população a ocupar as coisas que estão disponíveis. Olhão tem condições muito boas para continuar e crescer e desenvolver na área do turismo. Tem alguns ex-libris como igrejas, como o mercado, como a marina, como as praias.	ESA26	5.
14	16:57.1 - 19:04.7	Esta situação do nosso presidente ser presidente da AMAL só por aí e também pelo seu temperamento e envolvimento nota-se que há uma projeção de Olhão para fora do seu retângulozinho em que Olhão há anos atrás era visto, uma coisinha minorca comparando com outros lugares destinos turísticos. o facto do nosso presidente ser presidente da AMAL veio dar uma oportunidade portanto de através dos órgãos de comunicação social, criar condições como nunca tinham sido criadas para a imagem de Olhão. Se nas feiras, nas partes internacionais Olhão tem tido um papel importante e preponderante não sei responder a isso, mas tenho a certeza que o facto do presidente estar bastante envolvido em tudo o que são responsabilidades na nossa região faz com que ele tenha que tocar vários instrumentos nomeadamente o instrumento do turismo, portanto temos condições ímpares neste momento para o concelho se projetar.	ESA26	5.1
15	19:04.6 - 22:56.5	Julgo que se deve apostar na diversidade em função das oportunidades que possa haver, a parte cultural para mim o património cultural tem um peso significativo e a aposta aí posso dizer que há muito mas muito para fazer, tem sido um investimento muito fraco, fraco até demais. Têm desaparecido muitas associações, muitos clubes e eles têm um papel muito importante em manter esta parte humana viva e capaz de dar resposta também a esses desafios culturais e de património. Na parte marítimo-turística há que cuidar e aí é uma coisa muito importante, quando se criam infra estruturas depois cuidá-las, normalmente há um	ESA26	6.

		<p>apoio comunitário para a construção mas depois como não há apoios se calhar à manutenção e há um desleixo e as coisas degradam-se e passam a ser quase uma situação em vez de contribuir para o desenvolvimento está a contribuir para a estagnação, e para a não utilização estou a falar da ecovia é um factor importante para um segmento também importante de pessoas que gostam de fazer caminhada, passeios de bicicleta, temos condições boas de ecovia nos seus percursos, mas não temos uma ecovia que tenha sido criada ao longo dos anos pelo contrário tem estado a degradar esperamos que dentro de pouco tempo essa situação esteja recuperada e requalificada. Na questão das acessibilidade temos um <i>handicap</i> que é o comboio, o nosso comboio só chega a Faro com velocidade elétrica, é uma situação que é importante, para que Olhão também beneficie de um transporte que não tenha constrangimento de parar em Faro, transporte ferroviário que é um transporte excelente. temos uma via férrea com um percurso maravilhoso que do ponto de vista da exploração turística não havia condições, a oferta não é boa. A ligação ao aeroporto pois ele está facilitado mas falta-nos a variante, é uma situação que nos causa algum constrangimento para entrar e sair de Olhão.</p>		
16	22:56.4 - 25:17.7	<p>É tudo, o mercado do peixe, mercado da verdura toda aquela zona humana que está um pouco desumanizada por este confinamento, a zona dos mercados, as nossas ilhas, o nosso cerro de São Miguel, a história, as lendas o ato heróico da restauração a oferta na área desportiva também é um motor. Nós criámos condições para recebermos algumas competições desportivas com alguma importância e culturais, eventos com alguma envergadura o Festival do Marisco, por exemplo, é um deles e é o que me está a ocorrer.</p>	ESA26	7.
17	25:17.6 - 29:16.6	<p>Sim, existem associações que se debruçam sobre esses patrimónios paisagísticos, humanos e têm ofertas dessas e é importante que implemente ou que se dê oportunidade para aparecerem outras ofertas. É também a procura que o turista nos apresenta que faz despertar para oportunidades, às vezes estarmos a criar elefantes brancos tem um custo e um peso excessivo estou-me a lembrar do estádio do Algarve tem um peso enorme na sua manutenção e na realidade não se encontrou ainda uma saída que se possa aproveitar as condições excelentes que o estádio do Algarve tem para promover outras coisas e criar outras oportunidades para além daquela para que foi construído, nasceu e está doente, precisa de</p>	ESA26	8.

		<p>tratamento todos os dias. Nós criamos situações que possa trazer para cá o turismo, ali em Santa Catarina está a criar-se um desafio desses enorme, na área digital, modelos digitais é uma coisa a nível mundial, haverá uma ou outra coisa no mundo idêntica, talvez numa escala maior do que o que se está a fazer em Santa Catarina. Mas são coisas únicas que vão trazer pessoas para ali, o facto de termos os nossos azeites com medalhas de ouro, os nossos vinhos em medalhas de ouro, a arquitetura em medalhas de ouro, o nosso desporto em medalhas de ouro, todas essas situações depois podem ter um aproveitamento e um reflexo no turismo. Depois é importante fazer conseguir chegar às pessoas que procuram determinadas coisas e dizer que nós temos. Há clientes para tudo, temos é que saber qual é o nosso negócio e onde está o nosso cliente, nós conseguimos dizer ao nosso cliente quer esteja na China ou em São Brás de Alportel que temos aqui (...) oferecida ele com mais ou menos facilidade é capaz de vir adquirir o produto ou fazer a visita dentro daquilo que ele precisa. É preciso fazer chegar informação daquilo que temos ao cliente que procura aquilo que a gente tem, é simples.</p>		
18	29:16.6 - 32:22.0	<p>Eu aquilo que se costuma fazer é toda a gente percebe de tudo, que é o que eu estou agora a fazer também, mas eu costumo dizer que há coisas devem ser tratadas por especialistas, pessoas que estudaram, que queimaram as pestanas, e continuam a queimar a estudar as coisas e este trabalho que está a ser feito com responsabilidade pela Universidade eu sobre isto digo tem que se falar com promotores, com agentes turísticos, eles se calhar muito melhor do que eu, não tenho dúvidas, sabem como é que fazem chegar informação daquilo que temos ou daquilo que vamos ter junto daquelas pessoas que andam à procura daquilo que a gente tem ou vai ter. É através das plataformas eletrónicas? Pode ser. É através do boca orelha? Pode ser. É através dos residentes que estão cá? Pode ser, eu dou uma grande importância ao turismo residencial é um factor determinante e nestas crises então é um fator tão ou mais determinante do que o turismo nacional. Às vezes queremos promover certos e determinados eventos em que a aposta passa também pelos turistas residentes e isso não é contabilizado, o que é contabilizado é aquele que começou agora. Esquecemos que o residente vive lá 360 dias no ano, porque há 65 dias que vai à terra dele, e 300 dias está-nos a visitar, 300 dias está, se calhar, a receber pessoas que vêm de fora, 300 dias está a consumir, 300 dias está a dar uma ajuda significativa e às vezes contabiliza em certas candidaturas querem saber quantos bilhetes</p>	ESA26	9.

		se venderam àqueles que nos visitaram. Falta também valorizar os eventos, aquelas coisas que estão feitas e trazem o residente, para mim 1 residente vale como 20 visitantes, depende daquilo que nós queremos entender como visitante, aquele cliente que vem aqui por 1 noite tem um determinado peso, o cliente que vem aqui por 6 noites tem um outro determinado peso e um cliente que está aqui por 300 dias tem um peso que é 300 vezes superior ao que vem por um dia.		
19	32:22.0 - 36:59.7	<p>Temos tido aqui alguns bons exemplos, nomeadamente na área da poesia, tem sido um evento que se vem prolongando há bastantes anos, com pessoas de várias latitudes do mundo a participarem, temos a possibilidade de recuperar alguns usos e alguns costumes nomeadamente aquele uso e costume das ruas engalanadas por altura dos Santos Populares, tivemos uma forte tradição nisso e era bom, se calhar, à imagem daquilo que se passa noutros pontos que se passou como em Elvas e como noutros sítios, se calhar, não com carácter anual, mas se calhar, de 4 em 4 anos fazem um evento muito forte a promover as flores, a promover os Santos Populares. Nós ainda temos algumas memórias vivas desse engalanamento das ruas, da sardinha assada, do partilhar, do conviver, portanto agora temos o Covid também é uma maneira de conviver que é não conviver. Partindo do princípio que essa situação há-de ficar harmonizada é importante a gente recuperar determinados usos e determinados costumes, determinadas situações mais populares mais genuínas, uma coisa que também é importante é vender verdade vender autenticidade, não criar coisas muito rebuscados do ponto de vista folclórico que perca muito identidade, é preciso alguma inovação mas também algum carácter. Os Maios é também uma situação que se deve dar continuidade, o desfile como acontece na ilha da Madeira, das plantas, das flores. Moncarapacho é o maior produtor nacional de plantas, nós temos direito a seguir à ilha da madeira a promover um autêntico desfile, de plantas, de flores, janelas floridas, e já em determinadas épocas se fez ensaio disto e resultaram, a Casa de Povo teve na altura programas para fazer isso e resultou. Outras festas como o São Martinho, mesmo as nossas procissões, a Semana Santa o turismo religioso tem um peso para quem gosta, para quem acredita, para quem visita e haverá outras coisas, mas é como eu digo, isto tem que ser fruto de algum estudo, uma análise daquilo que está estudado para além do <i>byte</i> que uma ou outra pessoa possa dar numa entrevista como eu, que às vezes é só estar a relatar</p>	ESA26	10.

		o que os outros já relataram embora haja algumas coisas de alguma responsabilidade, mas pouco mais posso acrescentar.		
20	36:59.7 - 40:49.0	Precisa sempre de ir sempre atualizando e ir acompanhando até à atualidade. As situações relacionadas com a bicicleta, com os desportos mais radicais, na parte cultural não sei se estamos a vender esse produto, aliás, embora Olhão não seja, portanto, uma cidade com muitos anos, com muito tempo, pode-se dizer que é uma cidade nova comparando com Tavira com Faro mas podes sempre mostrar a sua origem até ao estado atual. Uma vez quis contar uma história a um alemão quando éramos visitados pelos corsários, pelos mouros que pilhavam aqui as ilhas barreira, coisas de há 500 anos e ele disse-me não me conte uma coisa tão antiga os americanos não têm interesse, conte uma coisa mais nova. Falei do cão de água de coisas mais recentes. O facto de não termos uma cidade muito antiga não quer dizer que não haja coisas para as pessoas visitarem, a nossa cidade, os nossos mercados, as nossas ilhas, mais no interior a vila de Moncarapacho, a igreja, o lagar onde se produz dos melhores azeites do mundo, a calçada romana que atravessa São Brás e Moncarapacho. Era importante desenvolver outros percursos, itinerários, haver uma oferta junto das unidades hoteleiras que através de folhetos, de passagens na televisão de um pequeno filme despertar a curiosidade para esta oferta. De uma maneira escrita, oral de imagem é preciso mostrar ao turista aquilo que ele quer e dizer onde está ou então dizer o que a gente tem para ver se desperta o interesse por visitar.	ESA26	10.1
23	46:32.9 - 50:36.0	Pois, é bom que tudo funcione bem e que a comunidade esteja à altura daquilo que foi a sua criação e não degradem e que as entidades fiscalizadoras também tenham um acompanhamento num sentido educativo, não havendo capacidade de aprender pois tem que ser numa atitude mais agressiva, mas ter um papel educacional, muito informativo estar sempre a despertar a responsabilidade nas pessoas, mas temos que partir do princípio que essa oferta existe já em qualquer parte do mundo e com preços que nós não conseguimos praticar, não é realmente aí que nós conseguimos cativar o turista, porque nós aí temos um fator económico mais pesado que o norte de África, do que países do Oriente países que não têm a responsabilidade social que nos temos, não tem os encargos sociais que nós temos e que conseguem ter uma oferta portanto económica e de qualidade tão boa ou melhor do que a	ESA26	11.

		<p>nossa, a nossa diferença está precisamente em sermos um país inserido no mercado europeu, no mercado desenvolvido, de desenvolvimento mas que consegue ter produtos de qualidade ímpar e de oportunidade que as pessoas poderem disfrutar dessa situação. É nessa situação que nós faremos a diferença, não precisamos de ter uma piscinas com as melhores condições mas temos as nossas praias cuidadas, conforme tem vindo a ser com bons apoios de praia que a restauração esteja ao nível sempre a evoluir, mas também não perder, pelo contrário, valorizar o nosso sumo de laranja, em vez de valorizar a Coca Cola e os enlatados, valorizar os nossos produtos, ter também um nicho, ali uma possibilidade das pessoas poderem desfrutar como noutros países que a gente vai, vendem o ananás ou uma pessoa vende um produto da zona nós aqui não temos essa oferta e essa oferta é boa porque a pessoa pode estar na praias com uma bola de Berlim espetacular mas também se tiver a oportunidade de comer um figo fresco, de beber um sumo de laranja de comer certas e determinadas coisas seria bom, mas ultrapassar isto também com uma visão muito fundamentalista da parte das entidades licenciadoras como a ASAE é muito difícil também, mas temos que saber como contornar a situação com vista a poder ter essa oferta porque essa oferta também é uma oferta importante.</p>		
24	50:36.0 - 52:08.0	<p>Eu penso que nas marítimo-turísticas existe essa exploração com uma boa oferta, oferta com algum peso na marítimo-turística. Na parte do interior não sei se isso se perdeu, havia antigamente muitas excursões para ir ver o Rancho folclórico, o museu Zezinho Beja mas não tenho dados para dizer com rigor que isso aumentou ou decresceu.(...)</p>	ESA26	12.
25	52:08.0 - 58:15.1	<p>Olha, relativamente ao setor privado acho que ele representa o interesse dele se envolver nisto se calhar é 80%, mas como temos que deixar também alguma percentagem para os outros (...) o que tem mais importância é o privado, depois será o público investir naquelas apostas que o privado indicou e a seguir a comunidade. Eu julgo que as associações têm um papel agregador, catalisador daquilo que é os sentimentos de vários setores que trabalham no turismo. As associações elas por si conseguem reunir logo elas por si reunir um conjunto de informações que vão recolhendo, quando falamos dos privados devemos reservar às associações o papel mais importante nessa área, uma vez que se calhar 80% das actividades ligadas ao turismo estão também de alguma maneira ligadas a alguma associação. A comunidade também através</p>	ESA26	13.

		<p>das suas associações, dos seus clubes são os representantes da comunidade, mais importante do que falar cada um per si, não menos importante ou mais importante é falar com as associações, com os clubes com as organizações onde a sociedade se faz representar.</p> <p>((Operacionalização)) claro que todos devem participar e deve-se ter algum cuidado com algum investimento eleitoralista, situações pontuais de determinadas pessoas, determinadas organizações investimentos esses que muitas vezes são em detrimento de apostas com objetivo de desenvolver público, é preciso algum cuidado porque os investimentos públicos também estão muito sujeitos a interesses político partidários e é preciso deixar às associações um papel de grande responsabilidade também de avaliação daquilo que são os objetivos públicos para conseguir separar o que é um investimento na área de promoção do turismo do que é um investimento na área da promoção de uma capelinha, de uma freguesia, de uma câmara. Há realmente que ter este cuidado e ter uma visão mais abrangente a nível, portanto, de região do que propriamente muitas vezes de um concelho, de uma freguesia, uma visão mais global, estas questões de ver importâncias para o turismo para cada concelho às vezes faz reivindicar um teatro municipal para cada um, uma piscina olímpica para cada um, um estádio para cada um quer dizer não são vistas as coisas numa perspectiva de globalidade e escala em função das oportunidades e depois andamos aí todos a guerrear uns com os outros, há uma simultaneidade principalmente no período em que menos falta faz que é no verão e depois há um abandono no período em que mais falta faz que é no outono, inverno na época baixa e as apostas devem ser mais fortes em função de termos um maior público para poder votar nesta ou naquela força política no verão, não é? E temos o maior número de turismo e o que é preciso é servir bem do que fazer grandes apostas em determinadas apostas em determinadas situações que devem ser mais canalizadas para a época baixa.</p>		
26	58:15.1 - 1:03:38.8	<p>A delegação da cultura devia ter um papel também determinante e de charneira. Os clubes e associações na parte do património e parte cultural deve ser reservado um papel muito importante, eles são muito uma memória viva dessas coisas de maneira que é muito importante conseguir-se ter o envolvimento, uma parte significativa das associações dos clubes estão desertificados porque nunca lhes foi dada a oportunidade de se desenvolverem, muito pelo contrário sempre lhes exigido quase que uma simpatia pelas forças dominantes para</p>	ESA26	14.

		<p>conseguir receber alguma mendicidade, algum apoio, situação quase a título de favor e não a título de prestação de serviço e de reconhecimento.</p> <p>A comunidade quando se fala em comunidade julgo que estamos a falar de organizações da comunidade porque só se consegue fazer ouvir através dos seus eleitos, dos seus representantes, das suas organizações não estou a ver falar com a comunidade que não seja através das organizações.(...) Se fores falar com uma cada de povo pois a casa do Povo indicarlhe-ia, se fores falar com outras organizações eles também por si indicam os seus representantes, não quer dizer que falar com o cidadão comum possa ser uma perca de tempo, quer-me parecer que é mais alguma perca de tempo comparativamente com situações que já estão organizadas que já elegeram os seus representantes por valor, por mérito, por conhecimento do que correr o risco de falar com ABCD pode ter uma visão até muito redutora, muito pessoal, enquanto que falar com dirigentes associativos está a falar com pessoas que em princípio já tem uma opinião mais abrangente da comunidade.</p> <p>((Operacionalização)) na tropa fala-se naquela coisa que é um pelotão auto comandado, quer dizer, a gente pode reunir 30 ou 40 pessoas para fazer um evento, mas aí o tipo, a necessidade de organização de investimento é muito maior do que se formos falar com uma coletividade que desenvolve um projeto similar e lança o desafio: “Olhe lá, é possível coordenar 20 ou 30 pessoas, ou dê lá uma ideia de um projeto que possa ser implementado e possa ser feito”. Quer-me parecer que o cidadão, a pessoa é importante para desenvolver o projeto, envolver pessoas e uns envolvem mais do que outros, mas se for falar com abcd aleatoriamente essa pessoa está a fazer o papel de uma organização que supostamente até é capaz de existir e se não existir tem que se criar para aquele evento, para aquela situação. Mas tem que se criar sempre um grupo de pessoas, uma organização que até pode já existir e já tem alguma experiência no território.</p>		
28	1:07:17.5 - 1:13:53.0	<p>Eu acho que falta com certeza ler alguma bibliografia, alguma informação que existe sobre as situações mais ou menos abrangentes, esta coisa deve ter em vista uma escala, um território, uma região e para isso recomendo que se leia algumas publicações e livros editados pelo dr. Vítor Neto que é o presidente do Nera em Loulé, já foi Secretário de Estado do turismo, é uma pessoa conhecedora, com experiência dada quer a nível de associação, quer a nível do</p>	ESA26	15.

movimento associativo quer a nível empresarial, julgo que é importante falar com estas pessoas que conseguem, ao fim e ao cabo, fazer aquele papel desde o cidadão até à governação. Por sua vez, julgo que nós devemos recuperar na área da agricultura as nossas fileiras tradicionais em que nós somos bons por exemplo o figo, nos frutos secos na amêndoa, na alfarroba com a inovação que se consegue implementar com esses produtos, mas são produtos que nos diferenciam. A nossa aposta no abacate a nível de turismo poderá não ser tão diferenciadora como no figo, nós fazendo uma aposta no figo somos mais diferenciadores do que com o abacate comparativamente com a América latina e outros países tropicais onde realmente a promoção do abacate no turismo se deve fazer. Isto para falar dos nossos recursos endógenos, naquilo que nós devemos procurar valorizar no sentido de haver riqueza para a população, para a pessoa que está no território e que pode através do turismo criar valor com esses produtos, assim como esta questão de promovermos o turismo mais na zona do interior, na serra algarvia e ajudar a combater a desertificação, criar medidas excepcionais e facilitadoras para que se consiga implementar ofertas de turismo em determinadas regiões, é quase tabu, é quase que uma situação de reserva, de reserva essa que está vedada quase ao desenvolvimento humano quando se pode criar mecanismos para que haja proteção, haja preservação desses lugares mas também haja riqueza através da visita da fruição desses espaços. [...] comparativamente com outras partes do mundo nós somos, não sei de é 0,5 do planeta, onde há as melhores condições para o raça humana viver, para o ser humano viver, isto pode vender, se for criada uma publicidade, uma promoção verdadeira que realmente promova que nós fazemos parte daquela parte minúscula do planeta terra onde a raça humana tem melhores condições de habitabilidade e para viver. Nós temos uma oferta de temperatura que pode realmente ser uma mais valia para proteger um produto com menos custo do que em qualquer outra parte, nomeadamente na Europa, nós temos aqui uma oferta de sol e calor que é a melhor da Europa. Todas as indústrias que precisem de calor aqui têm o melhor sítio para se instalar, nós temos a prioridade e o privilégio de ser o primeiro país da Europa a aparecer com o produto, ora candeia que vai à frente alumia duas vezes. Enquanto nós aqui conseguimos ter o morango, o figo, toda a frutícola com uma semana de antecedência quase a Espanha e 2 semanas para França e assim sucessivamente, nós conseguimos se tivermos canais de comercialização desse produto conseguimos ter a mais valia dessa semana, essa semana

	<p>vale muito dinheiro comparativamente com outra semana que vem o produto a seguir. As pessoas, não direi felizmente, mas da maneira que passaram as ser educadas dão o privilégio à novidade em detrimento até da qualidade, mas pronto se o mercado aposta nesse sentido nós também podemos tirar uma mais valia nesse sentido uma vez que conseguimos ter os produtos com uns dia, uma semana e uns meses de antecedência comparativamente com outros produtos. Na parte biológica nós ainda temos um espaço e um território bastante significativo que pode ser explorado e criar portanto quer os tais animais do ponto de vista do respeito biológico e de respeito pelo meio ambiente, nós temos essa vantagem de ainda termos muita área capaz de fazer isso, agora não tem havido um canalizar de investimento público, nomeadamente na agricultura para esse setor produtivo, canalizou-se muito dinheiro para o biológico, para as pastagens, para as pessoas não semearem, para o pousio quando a maior riqueza está na produção, a maior parte do dinheiro acabou por ir para essas pessoas que têm latifúndios de pastagens e de pousio e que não produzem nada e ainda recebem para não produzir, que era o que já faziam antes e agora além de continuar aquilo já faziam antes ainda lhes dão dinheiro para não fazer em detrimento de pessoas que apostam na produção biológica e não têm apoio.</p>	
--	---	--

ER 27

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:59.5	O turismo em termos globais, na minha opinião, é importante para as pessoas conhecerem outras terras, para as pessoas da terra também terem algum ganho com isso e os que não têm possibilidade de viajar conhecem outras culturas no fundo, as pessoas que vêm cá têm culturas diferentes da nossa, para intercâmbio cultural para ajudar a economia acho para essas coisas tem um efeito positivo. Depois acho que tem um efeito negativo quando é em excesso, começa a ser complicado porque acho que deve haver, não sei bem como, deve haver planos, quando se chega a uma determinada altura e determina situação num país, num museu, tem de haver planos para essas coisas, normas de impacto naquele sítio, naquele local, naquele sítio, quer dizer, tem que começar a haver regras quando atinge determinado limite que a gente não sabe qual é mas tem a percepção. Tem a parte positiva e a parte negativa dos excessos e do impacto que tem no local ou na cidade ou num país.	ER27	1
3	3:54.3 - 5:48.3	No fundo acaba por ser muito equiparado em termos locais, as receitas do turismo das estadas cá em Olhão melhorando estradas, até o ambiente, investindo no ambiente, tentando mostrar aos outros que temos uma cidade organizada, limpa, que tem estradas e por outro lado podia ser aceite e ser divulgado em manter as nossas culturas, mostrar como se faz, por exemplo, as redes, peixe, as sardinhas amarelas que a gente comia, a parte do campo também, as noras, essas coisas assim, podia ser uma forma de divulgar e de conservar o que ainda temos porque para se divulgar e mostrar tinha que se melhorar e teria que conservar e essa é uma das coisas que podia ter impacto positivo.	ER27	1.1
4	5:48.3 - 9:57.5	Eu dou um exemplo, nós temos o Parque Natural da Ria Formosa, tivemos um projeto do barco, da ponte que nunca foi utilizado e a gente põe a coisa, como estamos a falar e sustentável, não vamos ver a parte negativa pomos a coisa pela positiva, usar os espaços que temos de forma a que elas se auto sustentassem, que fosse um contributo para a sua auto sustentabilidade, suponhamos que a o barco e aponte e aquelas estruturas o moinho como é que podíamos fazer aquilo uma coisa sustentável? Podíamos, por exemplo, fazer os tais passeios com o tal barquinho	ER27	2.

		<p>que está enterrado na areia com os turistas, cobrava, não é? Mantinha com esses passeios, entretanto fazia-se os passeios ia-se para o moinho, aproveitava-se uma sala do moinho, nunca seria passeios para muita gente, num barquinho daqueles seria 15 ou 20 pessoas, isto é uma ilusão que já tenho há muitos anos, vinham para a ponte novamente, além de ver o próprio edifício, essas coisas todas depois iríamos a um desses edifícios conhecia-se o moinho e fazia-se um tipo de um petiscozinho com amêijoas, com ostras, com os burriés que já ninguém conhece, com aquilo que há na Ria, com divulgação da Ria também. Seria uma formas de entrar dinheiro e ser aplicado no sítio conservando a ponte, conservando o barco. Claro que é importante(sustentabilidade), tem que ser, é tão importante que agora essa sustentabilidade não foi feita e o barco agora está a cair aos bocados e aponte só com os ferros. Para suster tem que se usar e para fazer sustentabilidade tem que se usar e tem que se usar com regras e sempre com retorno, vai com regras e com retorno e se não usares as coisas degradam, e no fundo, no fundo, até os museus que são os museus paga-se entrada para as pessoas verem, ou seja a gente não quer uma coisa porque é nossa, e depois não damos uso, não a mostramos, não divulgamos, não temos retorno. Se as coisas forem visitadas há sempre a pressão para as coisas serem melhores ou mais valorizadas, não é? Ninguém vai visitar uma coisa que se está a degradar dia a dia.</p>		
7	14:31.2 - 15:33.1	A parte positiva é os tais conhecimentos: valorizar algum património nosso, depois a parte negativa. Em termos culturais era o que disse há pouco, o conhecimento deles que trazem e o nosso(...) é melhorado quando é conservado vamos lá.	ER27	3.
9	19:13.5 - 19:51.1	Não, de forma nenhuma, aparentemente (segmento incompreensível) neste momento acho que não e tenho dúvidas que haja algum estudo sobre isso, que alguém esteja a trabalhar nessa área em termos autárquicos mesmo, na autarquia, penso que não há essa preocupação, não vejo essa preocupação de aumentar o turismo e isso não é bom.	ER27	4.
10	19:51.1 - 22:14.4	A imagem que tenho como destino turístico, até tenho uma boa imagem de Olhão enquanto destino turístico desde que as coisa sejam salvaguardadas, temos muito para mostrar, tanto do que está construído o nosso cubismo enquanto houver, os monumentos não são muitos mas até tens alguma coisa, a nossa igreja não é das piores, pelo contrário, temos a parte ambiental, bons	ER27	5.

		<p>sítios para passear, podiam ser melhores, podíamos criar outras, mas é o que temos de momento. Temos a Ria Formosa, embora usufruir daquilo na zona de Olhão mesmo é só ver ir ali, mas temos a Ria Formosa podemos fazer passeios sustentáveis, também não é como agora cada um com o seu barquinho, não sei se há limite de passeios, temos a zona rural que podia ser investida, temos o cerro de São Miguel, por exemplo, que devia ser visitado, devíamos ter num programa essas coisas porque nós temos coisas para mostrar. Como destino turístico temos as freguesias, nas freguesias temos coisas para mostrar, deviam tentar não afunilar o turismo naquela zona (Ria Formosa) porque temos coisas para mostrar e somos um bom destino turístico, na minha opinião.</p> <p>Aí tenho mais dificuldade, mas acho que temos 2 tipos de turista em Olhão: temos o turista que vem passear só, vem de fora e vem só ver e vai embora, sei que ao sábado e ao domingo param vários autocarros para ver os mercados e aquela zona da baixa, e depois temos o turista que vai ali para os hotéis que neste momento e depois temos o turista do próprio país para a praia, vem mesmo por causa da praia, não temos acesso direto, temos acesso a praias que não são do nosso concelho mas que algumas que têm acesso para Olhão principalmente a Armona e Farol e Fuseta também, temos o turista sazonal que é do próprio dia, passa e vai embora. O turista que vai para o hotel e fica e depois temos o turista dos alojamentos locais que eu acho que são pessoas que alugam, vêm à candonga e pronto, há vários, vêm passar, vêm só mesmo para a praia. O comportamento deles acho que não é mau, acho que os turistas se portam bem, não vi que fosse falta de respeito dos turistas, o turista em si comporta-se mas eles coitados são mais que as mães! (...) A parte negativa é o estacionamento e pagar mais caro as coisas (...) eles não têm culpa, não vejo o turista completamente como um intruso (...)</p>		
12	25:40.2 - 29:50.7	<p>Eu conheço mal essa área de promover Olhão, continuo a achar que tem lacunas que promovem Olhão só pela parte central, a não ser aquele guia da APOS não há nada, e eu acho que está a ser insuficientemente ou deficientemente passada a imagem de Olhão como centro só, mais nada e acho que não chega, não é bom, devia usar mais as outras coisas que temos, os outros pontos que criam interesse aos turistas. Até podia fazer workshops em cada sítio, com os vários pontos de interesse, até nas alturas em que há, por exemplo em Quelfes há a desfolhada, incluir num roteiro, ver o que é que cada freguesia tinha e incluir num roteiro. Tinha Quelfes tem esse tipo</p>	ER27	5.1

		<p>de coisas, a Fusetta também tem, tentar ver, sei que Pechão em termos de festas não tem, mas tem pontos interessantes, tem a festa do foliar, tem a ponte interessante, a ponte velha, aqueles dizeres ainda estão lá, tem aquela casa que eu penso que foi muito bem concebida e não tem sido usada, lá está a falta de sustentabilidade, a casa típica de Pechão, essas coisas que não têm sustentabilidade não chegam a lado nenhum. Em Moncarapacho é uma vila mais antiga, deviam estar à mão do turista, estar visíveis para o turista ia se quisesse mas devia estar visível. Quando fazem os vídeos promocionais podiam ir a esses sítios todos e passar nos vídeos, para passar fora era essa a ideia.</p>		
13	29:50.7 - 36:03.3	<p>((Valorizar o que existe noutras freguesias e não centrar na baixa e na Ria))</p> <p>A gente deve ganhar a comunidade para receber o turista, mas isso está interligado, o turismo de massas não consegues que as pessoas recebam bem. Se for devidamente estruturada, sensibilizar a própria população em relação ao turista, tentar dizer à população o que é que o turista nos traz, dizemos para fora o que temos de bom e dizer aos que estão cá o que os turistas nos trazem de bom, também de alguma forma haver uma transferência para que é que queremos turistas em Olhão se perguntares a muita gente, se calhar, é um bairrismo artificial, básico se disseres que se o turista vier cá, a gente pode investir naquilo que temos, podemos mostrar formas de mostrar mais a nossa cultura, se calhar até incentivava as pessoas a fazer o sapato de ourelo ou não sei quantos, sei lá se houver informação para as pessoas, para a nossa comunidade do benefício do turista, e o que é que a gente pode dar ao turista que eles venham cá e que se sintam bem, é como quando a gente quer valorizar um edifício antigo se não ganhares a população para o bom que o turista nos pode trazer, mas depois temos que ter regras, não vão ser as pessoas a recebê-los com conhecimento, é o tal bairrismo em Olhão, sim é muito bom mas para mim até é negativa, é oca, se sensibilizares a população de Olhão na zona onde eles podem passar mais. O turista vem aqui a Moncarapacho e fica contente e a gente tem um património bonito (...) olha temos aquela casa em Moncarapacho a Casa Museu temos cá isto, temos outra coisa que eles gostam, ver uma paisagem as pessoas até olham para aquilo de outra forma (...) se a gente não pensar na parte do retorno e (...) mas para isso temos que saber como e que importamos o turismo como é que tratamos o turismo não tem piada</p>	ER27	6.

		nenhuma andar a encalhar a toda a hora, não podemos estacionar, qualquer dia a baixa não é dos olhanenses (...).		
14	36:05.4 - 45:57.9	É precisamente essa parte que temos que valorizar, a pesca, embora haja novas formas, Olhão é a mais específica, a cultura do mar, no fundo o marisco, os profissionais, não é só o marisco, é parte dos profissionais, a forma como trabalham, como é extraído o produto, olha, por exemplo, valorizo esta questão dos viveiros Monterosa é um exemplo que a gente tem, até visitas, se eles quisessem, embora o azeite não seja um produto turístico de Olhão, Olhão tem mas não será um produto turístico, não é? Não sei, não estou a ver. Temos aquela coisa que já não há, já falei não se devia esquecer os sapatos de ourelo, tens também a forma como se trabalha o peixe, também é uma característica de Olhão, a seca do peixe não é só litão, a seca do polvo, sei lá, secava o peixe, ainda há pessoas que fazem, a forma como se trabalha a rede, não me estou a lembrar de mais nada. Lendas, as lendas são o que são e são baseadas em coisas (...), não há dúvida nenhuma há 2 ou 3 são coisas, se perguntares às pessoas antigas de Olhão ligadas ao mar vai falar na Floripes, de certeza que fala no Menino dos Olhos Grandes (...) está mesmo enraizado nas pessoas, há pessoas que afirmam que viram o Menino dos Olhos Grandes, e afirmam que a viram a Floripes, que existiu. Essas eu penso que são duas lendas que deveria, a Moura Encantada mais na zona rural de Marim, as outras desde que tenham sustentabilidade para a gente as explorar. Aquela do Arraúl só comecei a ouvir falar nisso há 6 ou 7 anos, a Floripes há 10, portanto, aquilo se calhar, foi valorizado pelo (...) roteiro ((Guia turístico produzido pela APOS)), as outras não têm assim grande, não sabem dizer. Tens as grandes coisas, tens a outra da Moura Encantada, mas não tens outra que as pessoas se agarrem. Depois tens aquela questão que deviam valorizar mas não valorizam, no fundo as duas atividades que no fundo originaram Olhão foram sempre a sustentabilidade de Olhão, agora baseiam-se muito no marisco, nessas coisas da Ria, mas que era a pesca na minha opinião era a pesca e as conservas de peixe. Essa é daquelas coisas que a gente devia continuar a valorizar, deveria fazer visitas com os turistas a fábricas e a ao menos aquele fulano Jacinto Ferreiro que é dos mais antigos em termos de fábricas, é mais antiga firma, foi o que se conseguiu manter ao longo destes anos todos e aguentar. Essas duas atividades deviam ser mais valorizadas até na guerra, em termos das rotundas, os cubos é uma cópia, mas como é a cidade cubista tudo bem, em vez de fazer	ER27	7.

		<p>aquelas fontes poderíamos usar muito a imagem da conserveira, do pescador, do mariscador, do homem a fazer a rede, deveríamos usar essas imagens para promover Olhão, espalhar pela cidade. Não precisavam de inventar como inventaram agora como fomos um centro de conservas agora temos latas de conservas, não sei se já viste, temos latas de conservas a fazer de baldes do lixo, a gente não precisa de inventar que a gente tem coisas para mostrar, só temos de conservar o que temos para mostrar e não precisamos de inventar, não tenho nada contra os baldes do lixo serem conservas. Olhão também (tem)? no orçamento fazer vasos de flores com o feitio da proa de um barco mas se a gente ainda tem coisas que ainda podemos valorizar e única intervenção que se faz é deitar abaixo, ainda a única intervenção que houve numa fábrica foi deitar abaixo e só deixaram a chaminé a única intervenção que houve foi negativa, foi deitar tudo abaixo, que aquela fábrica era lindíssima, deitar a fábrica toda abaixo e deixar a chaminé foi a única intervenção que eu tenha conhecimento. Os símbolos que podiam valorizar que era a parte da conserva e do pescador, não! É aquilo que se omite completamente e agora inventam latas de conserva para o lixo e proas de barco para por as flores. Mas não se conserva, até os edifícios das estações é ligado às conservas, seja como for lembra a época áurea das conservas, e quando o Olhanense esteve em primeiro lugar, não se valoriza os espaços ligados às fábricas, nem ligados aos patrões, era chalés e essas coisas, nada se valoriza, quer dizer o que foi a origem de Olhão e desenvolver Olhão.</p>		
15	45:57.9 - 50:36.0	<p>Se não gostarem não vão voltar, é importantíssima, se não houver incentivo, se não houver gozo entre aspas quando se vem passar o tempo de lazer e de distração se isso não for alcançado não voltam cá, por isso é importantíssimo na forma como se não serem servis, mas serem simpáticos, acesso às coisas, quando estiveram doentes tiveram lá um lugar onde ir tratar da sua saúde essas coisas todas. A valorizar o destino em todos aspectos até de saúde, se houver um problema vão para a urgência do hospital de Faro passar a noite? Não é muito agradável. ((tecnologia e redes sociais)) melhorar não melhora se não estiver boa, não estou a ver o papel das redes sociais a não ser os vídeos que se fazem, a experiência em si não tem a ver com isso acho que essas coisas podem ser feitas para melhorar a estadia não me parece que tenha grande utilidade. Elas estão cá, têm é que ser mais dinamizadas, mais mostradas e conservadas, claro.</p>	ER27	8.

		<p>Será sempre estruturas ligadas às autarquias, o interesse é esse, claro que as agências podem sempre fazer esse papel baseado em estudos, e na valorização que a própria autarquia tenha feito dos pontos turísticos. Devia partir da autarquia e aproveitarem daí, mas pronto, acho que essas agências e isso podem fazer esse papel, mas já sabes que essas agências fazem o papel sempre para o sítio que tiver mais movimento, mais fácil acesso, não vai fazer para a freguesia, nem cerro da Cabeça nem torres de Bias, não vão andar com os turistas por aí, é o hotel e as coisas ali à volta. Uma coisa ligada à autarquia, criar empresas ligadas à autarquia não é muito a minha área, mas um departamento desses, departamento turístico da própria autarquia.</p>		
16	50:36.0 - 53:52.2	<p>Eu penso que tens o Parque Natural da Ria Formosa em si a estrutura, tens o próprio museu, a igreja, não há mais nada criado com esse objetivo, no fundo não há mais nada criado com esse objetivo. Tens as casas museu e de resto não conheço assim mais nada, sem ser a associação ((APOS)), poderia ter um papel ainda mais interveniente neste tipo de coisas, estou a ver, por exemplo, em Cacela, há uma organização qualquer que desenvolve iniciativas, a gente não tem isso em Olhão (...). Em Olhão não há isso, não me parece, faltam coisas dessas (segmento incompreensível) pois as noras, as pontes isso tudo mas as estruturas para mim são as formas de fazer isso visível porque é a coisa em si. (segmento incompreensível).</p> <p>Por exemplo, tens também ali a ponte de Quelfes que tem uma história, também podia ser uma visita engraçada com um historiador que contasse certas coisas, é coisa que está ali antiga, podia ser mais valorizada, está ali perdida (...). A gente só escarafuncha, entre aspas, na zona ribeirinha e não escarafuncha noutras coisas que temos que são genuínas e já teve uma história (...), a gente não valoriza isso.</p>	ER27	10.
17	53:52.2 - 57:23.8	<p>Não, não me parece que seja suficiente((oferta cultural)), não, não temos, apesar do Museu Municipal tenta fazer um bocado esse papel, a gente também durante algum tempo tivemos aquele roteiro de baixa não é? Mas não me parece que tenhamos uma grande oferta. Precisávamos mais de organismos desses que promovessem a oferta, não temos suficiente as agências não são exemplo disso (...) são para ganhar dinheiro não tem aspecto cultural, não é esse o objetivo deles. ((criação de rotas)) pois essa sim, é evidente que sim, essa era importantíssimo, era a tal rota para já na Ria Formosa, mas não era passar de barco para ver golfinhos, ou que vai não sei quê, era Ria Formosa com conteúdo, (...) explicar as coisas a fauna,</p>	ER27	10.1

essas coisas todas (...). O ICN e neste caso o Parque Natural deveria ser essa preocupação e esse objetivo também, no fundo divulgar o Parque Natural, ajudando a conservá-lo, a gostar dele e a respeitá-lo e aí já tínhamos o tal roteiro que seria ver a fauna, ver a flora, as espécies, essas coisas todas e depois provar essas coisas, não é? Não quer dizer que se vá comer os passarinhos (...) Mas aspectos da Ria, acho que é muito giro. (segmento incompreensível) Isso englobava tudo (...) Fazer esse passeio, acho que isso tinha pernas para andar (...) naquela ponte que acho fantástico, onde estava o barco (...) com um barquinho como deve ser não precisa de ser outra vez o caíque barquinhos típicos da zona que podíamos adaptar, divulgávamos espetacularmente a nossa Ria não poluindo muito e provavas coisas da Ria, ali no Festival do Marisco comes tudo menos da Ria se calhar, menos de Olhão, se calhar, acredito que tenham produtos de Olhão se calhar um ou outro (...) olha a tal vila de amêijoas podia fazer parte de um roteiro e de um programa, valorizar essas coisas e esse podia ser o papel central da Ria Formosa e gerava emprego e gerava essas coisas ali na zona não estar fechado com eles têm agora que só dá vontade de ir lá e dar na cabeça. Sustentável em termos do ambiente (...), sustentável controlado não é andarem aí descontroladamente como eu vejo aí andarem no verão, como fizeram no ano passado, eu vou muito para os areais que estão ali à volta quando a maré está vazia e que tapam quando a maré está cheia, e estávamos a gente lá quando chega com uma italiana, chegaram com um barco cheio dessa gente, não é denegrir ninguém, mas aquela gente não tem bases culturais nenhuma, eles chegam ali e atiraram com 15 ou 20 pessoas talvez, para cima do areal aquele areal não tem nada, se disseres isto é uma conquilha, aquilo é um não sei quê, olha assim, seria um complemento agora chegas ali e largaram uma data de gente ali, uma das vezes que eu lá estava naqueles cabeços, e às tantas havia uma que dizia assim, era italiana traduzindo o que ela tentou passar que dizia assim: “Agora largam-me aqui 45 minutos este sítio que não tem nada, não tem nada, não dá para beber um café!”, (segmento incompreensível) legalmente não sei qual o papel daquela gente ((marítimo-turísticas)) estás a perceber? Mas que eles andam ali vários barcos, uns com música horrorosa outros com não sei quê, ali a passear na Ria, andam, cheios de gente andam, há um que faz uma barulheira, uma batucada que aquilo até mete medo, mas andam ali a passear com montes de gente e durante o dia são vários barcos daqueles, não tem ponta por onde se lhe pegue, porque aquilo não deve ter sequer a vertente cultural e mais nada, eu nunca fui se calhar estou a ser injusta, aquilo é olhares e veres as praias

		<p>e mais nada e veres a areia e essas coisas, nem reparar nos viveiros, por exemplo, (...) trazerem aqui 10 pessoas, por exemplo, ver como é que isto se faz, mas não, nada! Nem aquela desgraça que ainda resta de São Lourenço aquilo é uma parte interessante que a gente vê a olho nu ali, vai ali com um barquinho e vê, e se é dito é dito sem base histórica (...) Há muita falta de organização primeiro, estruturar as coisas e olhar para o turismo de forma organizada e não é venha lá dinheiro, paguem lá aí o hotel e não sei se o retorno para Olhão é alguma coisa de jeito, não é? Eles compram viagens não sei onde, comem no hotel, se calhar o hotel tem o barco que leva para a praia, em Olhão ainda gostava de saber qual o retorno dos hotéis que foram construídos e alguns ainda estão para construir têm para Olhão- cidade, estás a perceber? Será que fica alguma coisa, a não ser que vão jantar ali à zona da baixa, não sei, se calhar é verdade, mas gostava que esses números fossem quantificados, quanto é que está a ganhar a população com aquilo? Estes gajos estão cá e gastam isto, investem na economia de Olhão, será que investem, sinceramente Vânia, achas que aquela gente do hotel investe em Olhão? Achas que eles investem em Olhão? Só mesmo alguns trabalhadores, alguns postos de trabalho, já é bom, mas pronto.</p>		
18	1:02:51.3 - 1:08:53.1	<p>Eu penso que o turismo deveria ser sempre organizado, com uma base de organização, pronto não quer dizer que não viesse o turista para aí passear, ver as coisas como elas são, é evidente, mas podia ser sempre com alguma base na tal sustentabilidade, estás a ver? Devia ser sempre de alguma forma organizado entre aspas, não é uma questão de organização de liberdade da pessoa, mas organização de quantos entram, como entram, o que é que deixam, quer dizer, é tudo uma cadeia que tem que ser melhorada, na minha opinião posso desconhecer, mas não estou a ver nem retornos para Olhão por aí além, nem o conhecimento das pessoas envolvidas no sentido de achar que, sim senhora, os turistas são bons para o concelho, pelo contrário, começo a ver alguma reação negativa aos turistas, e acho que não está estruturado, não está organizado, em termos autárquicos não deve haver conhecimento do nome correcto do que é que traz de retorno, dúvido que haja, se calhar estou a ser injusta, isto tinha que ser minimamente transparente, haver a sensação que isto estava a ser benéfico e que estava a ter retornos corretos, e neste momento eu não sei que retornos correctos é que isto está a gerar, a não se mais gente aqui, mais poluição, e não melhora grande coisa. Olhão pode estar muito</p>	ER27	11.

bonito lá para baixo, mas estradas estão uma desgraça para o interior, e não digo interior periferia, é interior mesmo de Olhão, não vejo, por exemplo, ali ao pé de mim as estradas estão uma desgraça, acho que direcionaram o turismo para a baixa de Olhão e é ali que está e acabou. Agora se tem algum retorno capaz, não sei, tenho dúvidas, acho que devia estar devidamente acompanhado, devidamente organizado, devidamente estruturado e os retornos não me parece que sejam equilibrados em termos do impacto que fazem, o retorno e o impacto acho que não está equilibrado. Tu não tens ligação às freguesias, não tens nenhuma ligação à Fuseta, por exemplo, tens à Alfandanga mas não tens à Fuseta, tu não tens uma ligação a Moncarapacho com uma oferta como deve ser, não tens, tens não sei se 2 ou 3 autocarros por dia, e Pechão então nem se fala, como é que tu podes atrair o turista para ir lá àquele sítio se o turista tem de ir de táxi, não é? (...) Não tens essa oferta que devias ter em termos de apoio, e depois isso reflete-se não sei se são os mesmos que voltam se não são os mesmos que voltam,mas eu duvido que os turistas que vêm na força do verão, já não digo de inverno mas no verão os turistas não têm muita vontade de voltar, (...) os barcos também não são grande coisas, mas vão desenrascado, não é? A oferta também não é grande coisa no transporte para a praia, mas vai desenrascando, não têm melhores condições, mas leva gente, mas o resto não, não me parece muito agradável. No ano passado sei de pelo menos um caso de alguém que chegou cá vinha 15 dias e passado uma semana foi-se embora. Só conheço este caso que me foi contado que era amiga do turista e disse que a oferta não era isto que me disseram, vou-me embora. O que lhe disseram não correspondeu ao que lhe disseram, era aquilo tudo cheio de gente, não se sentiam bem, não era um destino que agradasse, pagaram e foram-se embora, estiveram só uma semana, não sei se isto é um pingo de água no oceano, não sei se há pessoas que fazem isso. Eu acho que, eu como turista não me sentia bem em Olhão em termos de apoios, a não ser que ficasse no hotel, ia para a piscina do hotel e pronto, há pessoas que fazem isso, quando eu fui a Cuba, por exemplo, alguém disse que metem-se no *resort* em Cuba e depois vem-se embora (...)para isso ia ali para Olhão, não era preciso ir muito longe, há piscina, há vista bonita ali para o mar, se há turistas que gostam disto e sentem-se bem ótimo, se não acho que não temos as bases suficientes para dar um bocadinho de qualidade às pessoas, não temos as estruturas, as bases a gente tem, não temos é as estruturas.

19	1:09:16.8 - 1:12:16.5	<p>Pois, não sei, isso já não sei dizer. Agora, este caso houve e foi real não conheço mais nenhum.(segmento incompreensível) Isto não corresponde à ideia que tinha, acho que tinha a ver com o número imenso de pessoas, queriam ir a restaurantes ou ir aqui ou ir ali e estava sempre tudo apinhado e sabes que de verão ali aquela zona dos restaurantes é complicado. Acho que não se está a aproveitar essa parte diferente de Olhão, acho que se está a enquadrar Olhão igual aos outros todos aí à volta, às Albufeiras e essas coisas, cada vez vejo mais essa necessidade ser turístico de luxo e não vejo aproveitar as coisas que já falamos aí as coisas da terra, da pesca, afastam até essas coisas para longe dos turistas e acho que aquilo que a gente tem de diferente está a ser afastado dos turistas e não está a ser mostrado, não é mostrado, a não ser apostarem naquela coisa do cubismo. De resto, as pessoas ali na baixa, nessa zona e da Barreta são pessoas muito genuínas e não sei quê e isso está-se a perder e depois não está sub aproveitado e está virado para um turismo que não seria esse o ideal, aquele turismo que vem só para a praia e para o hotel, eu já não considero turistas os outros que já cá estão residentes, (...) há comunidades de turistas aí residentes já não os considero turistas, são pessoas que fazem parte da nossa urbanidade e estão cá, já não os consigo ver como turistas, são residentes estrangeiros que se enquadram mais ou menos nas nossas coisas, na nossa cultura.</p>	ER27	12.
20	1:12:16.5 - 1:20:49.4	<p>Acho que todos podem dar à sua forma, as associações e esse tipo de coisas poderão dar com a sua oferta com o que tiverem de seu, melhorar para mostrar, o comércio tem que ter atenção à forma como tem que estar nas normas, tem que estar atrativo em todos os aspectos, na parte de atendimento, nos seus produtos, valorizar o que têm, os comerciantes ligados aí às áreas, é valorizar o que tem e estruturar-se bem em termos de dar o apoio e um bom serviço, a autarquia tem a responsabilidade de promover melhor, mostrar mais o que tem e diversificar e as associações cada um deve passar a sua melhor imagem dentro dessas coisas. ((Participação de todos)) Claro que sim, todo o conjunto tem de ser melhor nesse aspecto, na forma atrativa como se coloca, na forma social, relações sociais, relações humanas entre aspas e dar o melhor, não só estrangeiros ter alguma atenção ao turista sem paternalismos e sem se andar agachado, sem servilismos, a tendência é do servilismo.</p> <p>No planeamento turístico (...) cada um com a sua tarefa, enquanto o público tem a sua tarefa da parte pública e daquilo que tem, valorizar o que tem e conservar o que tem e melhorar, depois a</p>	ER27	13.

		<p>parte privada tem outro aspecto que era investir, investir no turismo e cumprir com as regras e fazer as coisas como deve ser, organizadas, procurar roteiros até criá-los, tentar fazer exploração do concelho para ver o que pode valorizar, acho que todos devem tentar melhorar e tentar encontrar formas, cada um no seu papel, o público não tem nada a ver com o privado.</p> <p>((operacionalização)) Pôr em prática começamos logo com a organização do território como é em termos estratégicos, como é em termos de infraestruturas, ter essas coisas em atenção, o público é essa a parte que tem, é uma parte importante para gerir o território, (...) tem que ser estudado, (...) uma oferta de centro de saúde, apoiando os restaurantes e ver como é a restauração, o público deve estar atento a esse tipo de coisas e se apoiar melhor ainda. O privado, pois, tem de desenvolver a sua área tentando criar coisas atrativas, não é? Que seja rentável para eles, é essa a base económica, podem é tentar melhorar e não pôr a parte económica à frente e arranjar conteúdo, porque eu penso que cada vez mais apesar de tudo o turismo tem o seus interesses também, não é só as praias, há outras coisas, vêm para negócios, há fulanos que vêm para os clubes de golfe e vêm com as mulheres e as mulheres não acham piada nenhuma aos campos de golfe e são capazes de ir ver isto ou aquilo, porque no fundo acabam por ser pessoas com alguma cultura e procuram outros espaços que não seja só a praia, que não seja só essa parte mais fútil no fundo que é esse lazer mais fútil, mas de outras coisas portanto, eles os hotéis deviam ter programas para diferente tipos de turismo que aparece, tentar ver junto do turista o que é que eles valorizam quando vêm, aí já era bom, (...) para saber, por exemplo, o que é que o turista quer, não precisa de ser inquérito pode ser uma conversa, deviam ter pessoas capacitadas no atendimento para antes de eles se irem embora perguntar o que gostaram, o que valorizaram, numa conversa informal percebendo o que eles gostaram e não gostaram. Aí sim, é falar com os serviços, a autarquia devia tentar junto dos hotéis fazer isso, e tentar valorizar o que fosse para valorizar desde que não seja contra as nossas estruturas, a nossa forma de vida, a nossa cultura no fundo. Devia tentar junto dos turistas aperceberem-se o que gostaram, o que não gostaram, o que eles gostariam mais de ver, se calhar não era preciso um inquérito, era mais uma questão de conversa.</p>		
21	1:20:49.4 - 1:33:30.8	Para já essas coisas que eu disse antes acho que é por aí, cada um na sua área, a parte que recebe, que presta o serviço tentar perceber o que é que o turista gostou, o que valorizou, o que	ER27	14.

é que achou que podia ser melhor e não gostou e haver uma ligação assim, sei lá, assim como há o conselho municipal de segurança, devia de haver um conselho municipal de turismo, por exemplo, estou a dizer este este nome podia ser outro qualquer todos são importantes nisto, porque todos fazemos parte da mesma comunidade, não é? Cada um com interesses diferentes, mas fazemos todos parte da mesma comunidade, cabe depois a um órgão que pudesse tirar o sumo disso e as perspetivas, são todos importantes, o papel deles é todo, cada um no seu lugar, e são todos imprescindíveis nisso, se tiveres um belíssimo hotel e depois tiveres lixo em volta que a autarquia não tratou não serve de nada, não é? Se tiveres uma autarquia muito bem, mas depois não tens estrutura para receber os turistas também não serve de nada, portanto, que tipo de turismo é que a gente deve investir mais? Será neste assim, neste passado? Esse organismo podia juntar-se no fim do ano, se houvesse um organismo concelhio se desse para no fim de cada época, tirando este ano que foi esta desgraça, aliás, a época turística será todo o ano, (...) haveria esse organismo que haveria de perceber que durante o ano têm diversas ofertas, enquanto no verão tem a praia, de inverno tem outras coisas que podia oferecer, pacotes de inverno diferentes, podia incluir passear na praia também e ver praias, mas era um passeio diferente, uma coisa diferente, se houvesse um organismo, penso que não há em Olhão, que 1 ou 2 vezes por ano, 1 penso que chegava, uma vez por ano numa determinada altura que achasse mais conveniente, quem conhece o turismo em Olhão tem de estar presente, saber mais ou menos a altura mais baixa de turismo ou estratégica, pode haver uma altura mais estratégica para se estudar e fizesse um balanço do que foi o turismo, do que correu mal, do que correu melhor, e o que é que cada um procura mais, porque o turista quando chega ao hotel pergunta também, já vem com o pacote definido, mas há outros fora do pacote e há dias fora do pacote e a pessoa onde é que se dirige? Pode-se dirigir ao posto de turismo que deve estar estruturado e deve estar apto a manter lá um funcionário, mas não tenha um funcionário para dizer para onde é que vai, se é para aqui ou para ali, se está no mapa, devia ter alguém ligado à história da cidade, devia ter um técnico ligado à história em si, mas na vertente não é património cultural é na vertente terra, local, cidade e que estivesse apto, eu às vezes vejo, tenho mais atenção a isso, (...) às vezes passo e as pessoas estão a dizer coisas ao pé de monumentos e inventam! (...) O posto de turismo é muito importante, ali vai o que está no hotel, vai o que não está no hotel, vai o que está no coiso local, o posto de turismo é importante. Agora os privados teriam que ter em

		<p>estruturas maiores (...) deviam ter esta parte também, um complemento (...) também dar resposta aos turistas (...) mas que fosse sem ser insinuado, sem ser inquérito mas ia captando as opiniões deles, e diziam o que se podia melhor e em conjunto o público e o privado podiam melhorar muito isto. Olhando para Olhão não vejo grande coisa ((associações)) tens a APOS, tens a MOJU, os jovens podiam oferecer alguns préstimos, podiam ir aos hotéis deixar um folhetozinho, podia ser importante (...) o que é que Olhão tem para oferecer aos jovens. Há para adultos, há para mais pequenos mas aquela malta de 18, 20 ((anos)) só praia estás a ver e isto foi dito há 2 anos atrás por jovens que estavam lá, mas tem um papel importante nas atividades juvenis, deviam levar aos postos de turismo e aos hotéis para criar alguma oferta. A APOS tem o papel mais ou menos feito a parte do roteiro, (...) podia diversificar também, (...) incluindo também para fora do concelho, isso podia ser melhorado (...). Há um roteiro com Olhão também, mete ali a zona de Marim (...). Dinamizar o ambiente e o património das freguesias, agora as associações desse género não estou a ver nada em Olhão. (...) Fazer chegar os seus planos, as suas sugestões, a sua oferta ao turista, era no posto de turismo e nos sítios onde eles se concentram mais nos hotéis (segmento incompreensível). ((operacionalização)) (...) pois, pois, sim lá está a tal estrutura que fizesse essa ligação toda, com o sítio, com a terra(...) se os conseguires juntar ((turistas)) ouvir as suas opiniões e sugestões era ouro sobre azul.</p>		
22	1:33:03.1 - 1:35:13.4	<p>Acho que referi tudo sobre essa área não me lembro agora de mais nada, o importante mesmo é fazer o nosso levantamento de coisas de interesse, de pontos de valorização, é esse levantamento que (...) todos os pontos de interesse, todos os pontos que nos interesse que sejam de interesse, por exemplo, estava-me a lembrar da torre de Marim, é privado, a gente tinha interesse que fosse salvaguardado, criar o interesse, passam ali e não sabem o que é aquela coisa branca, aquilo é das coisas mais antigas da história de Olhão, acho que é de D. Dinis, do século XIII, portanto, a gente tem que criar os pontos de interesse, pontos de interesse há a praia o cubismo mas a gente tem que criar outros a ponte de Marim, se lá coisas que a gente não se está a lembrar e que existem e este levantamento sistemático e classificá-lo entre aspas, fazer uma ficha, é o papel do Museu e da Câmara que pudesse estar acessível, o que é a torre de Marim a sua história mais que não seja para eles irem ver que aquilo é privado, ter visitas</p>	ER27	15.

	<p>programadas lá e deixarem-nos ir e saber o que existe em Olhão até para salvaguardarem-se (...), esse levantamento criado em Olhão em termos construídos e em termos de património cultural imaterial a parte dos costumes e isso tudo gente podia fazer esse levantamento e depois criar possibilidade de mostrar (...), neste caso o presidente da Câmara com a torre de Marim, era negociar, nem que pagasse à pessoa, uma vez por mês, em Lisboa abrem aquelas coisas uma vez por ano, não é em termos evasivos(...) Assim, a gente ia conservando as coisas ia fazendo a sua responsabilidade e se não mostrarmos se não fizermos com que gostem deles ((património)) não podemos mantê-los (...).</p>	
--	--	--

ER 28

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 1:51.5	<p>Globais, pois o turismo terá 3 papéis, 1 é uma forma de lazer importante para as pessoas que podem ter acesso a esses serviços o outro é uma indústria, é uma coisa muito importante para a economia, há muita gente que trabalha no turismo e isso é fundamental não há dúvida para as pessoas, é o seu ganha pão no turismo, depois há uma questão enfim que eu diria de inovação e de cultura que é o turismo é uma oportunidade de partilha de diferenças, de visões diferentes, de culturas diferentes e isso é útil até para o progresso e para inovação da humanidade porque nós ao partilharmos e termos oportunidade de partilharmos visões diferentes isso damos ideias que a gente depois quando volta à nossa terra aproveitamos não é, vemos que é possível fazer coisas que nem julgávamos ser possível mas noutras paragens nós vemos que aquilo é possível e que aquilo funciona, isso é interessante.</p>	ER28	1
3	3:26.5 - 4:53.3	<p>Novamente é o corolário lógico de tudo isto, agora a nível mesmo concreto do concelho de Olhão não só dá emprego a muita gente como permite que nós tenhamos a satisfação de sentir, que a gente, enfim, utilize o turismo de forma correta, de sentir que aquilo que é nosso é interessante, a tal questão do cubismo, da arquitectura cubista, determinadas coisas que nós poderíamos não dar valor, percebemos que afinal de contas tem valor, não só tem valor para nos dar empregos, como tem valor porque os outros acham que é engraçado e isso dá-nos uma satisfação psicológica que nem o psiquiatra nos dá se nós lá formos, como comunidade nós revemo-nos como um grupo que é especial, tão especial que as pessoas vêm cá e isso obviamente dá-nos satisfação.</p>	ER28	1.1
4	4:53.3 - 6:15.8	<p>Tem que ser um desenvolvimento que não destrua a galinha dos ovos de ouro, no fundo a história da galinha dos ovos de ouro é a mais clara para percebermos a sustentabilidade. É um desenvolvimento que não destrói os recursos que atualmente nós temos de maneira a que as gerações vindouras possam continuar a usufruir dos recursos. Se nós nos esquecermos das gerações vindouras e tentarmos sacar desse recurso e destruí-lo, pois nós agora podemos ter um belíssimo desenvolvimento económico, mas daqui a 30 anos, daqui a 40 anos pois a geração vindoura já não vai ter esse recurso para ter o seu próprio desenvolvimento económico e isso é</p>	ER28	2.

		uma traição ao futuro dos nossos filhos e dos nossos netos basicamente. É isso que é não ter uma visão sustentável.		
9	14:53.2 - 15:53.2	Bom, o turismo é uma oportunidade para aumentar o nível cultural das pessoas porque as pessoas veem outros, com outro nível, etc. A gente vê mesmo que os estrangeiros têm um impacto grande nas artes, etc lá em Olhão atualmente. É uma comunidade mais culta dada a este tipo de atividades e que tem tempo e dinheiro e que até a maior parte dos outros portugueses mesmo que tenham alguma cultura não têm, não é? Não têm tempo muitas vezes e eles estão ali, têm tempo, têm dinheiro e têm interesses culturais, a nossa população geralmente, a nossa de Olhão não é muito culta, é sabido isso, e isso é evidente um esforço que nós devíamos fazer aqui em Olhão como em qualquer outro local e aqui em Olhão isso é fundamental porque também os recursos que estamos a utilizar também já não podemos sobrecarregar mais, a verdade é que o turismo já não nos vai dar muito mais porque não podemos abrir mais alojamentos locais, não podemos abrir mais hotéis, porque não há espaço também para isso, não é, (...) temos que fazer outras coisas, temos que dar mais valor económico ao que vendemos e aí implica mais formação, por isso é que é preciso gente com formação para inovar e fazer novos negócios a nível ambiental e novos negócios e inovar a nível urbano na área do turismo, não sei se toquei aquilo que tu queres nessa pergunta.	ER28	3.
10	15:53.2 - 18:49.5	Eu penso que claro que tem havido problemas, há manchas na sustentabilidade do nosso turismo, há manchas, mas penso que ainda não é irreversível e temos tido também alguma sorte, também quando o turismo chegou aqui já chegou de uma maneira em que os grandes erros já tinham sido cometidos noutros locais, não é. Mas há manchas, não há dúvida que houve ali uma concentração exagerada de construção ali ao pé do hotel, o próprio hotel poderia, o hotel e todas essas construções turísticas poderiam ter sido pensadas já com a introdução de algumas características que a gente pudesse considerar olhanensistas ou cubistas como se queira, algumas características que imprimissem uma marca própria às construções que são feitas na terra, na nossa terra isso até iria atrair mais as pessoas, porque não há dúvida que o hotel, apesar não ser um hotel feio, mas o hotel poderia ter sido construído num outro qualquer local, ora parece-me interessante que as coisas quando são construídas em Olhão tenham uma marca olhanense, muito mais aqueles todos que são uma mancha muito grande que foi ali construída e estão completamente	ER28	4.

		<p>desfasados da terra. São manchas que efetivamente existem no nosso desenvolvimento turístico, também é verdade que muita coisa foi sendo destruída aos poucos nomeadamente na Avenida, etc, mas pronto isso é um problema nacional e talvez até de uma boa parte do mundo é um problema que tem a ver com a nossa cultura e com a nossa fraca auto estima e que talvez que a partir deste momento esteja um pouquinho mais equilibrado sem dúvida que existe outra sensibilidade neste momento inclusivamente da parte das autoridades, se bem que seja sempre relativamente fácil descambar para fazer um projeto que crie mais uma mancha por troca de dinheiro que por vezes até a gente sabe que é transferido por baixo da mesa, quase todos os negócios, e sobretudo os grandes negócios não são bem transparentes, não é e então por vezes ganha-se dinheiro sem sustentabilidade. Há coisas que nós não conseguimos entender muito bem como por exemplo aquelas construções que foram mesmo em frente da Ria na Fusetta não se percebe muito bem porque aparentemente há legislação que proíbe isso no entanto aquelas coisas aparecem e não há uma explicação, nesse aspecto somos uma democracia um bocadinho coxa porque não há uma explicação clara e transparente que possa ser dada e que alguma vez tenha sido dada para estas coisas e não há ninguém que seja verdadeiramente responsável que assuma. Eu em termos gerais até acho que o desenvolvimento tem sido positivo, sustentável com alguns problemas pelo meio, facilmente pode deixar de o ser, mas acho que até ao momento é sustentável, sim em termos gerais.</p>		
11	18:49.5 - 23:57.2	Por acaso é a imagem de uma terra talvez pobre, desorganizada mas autêntica e com algumas belezas, não é?	ER28	5.
14	27:06.5 - 29:23.4	Eu penso que dantes não havia basicamente comunicação para fora depois começou a haver uma divulgação da imagem de Olhão muito baseada na natureza, nas ilhas, na Ria Formosa, e agora nos últimos anos já começou a haver divulgação do tal património urbano o tal cubismo, já houve um pouco mais nos últimos anos, mas a divulgação também não me parece que tenha sido muito sistemática e muito importante a nível das autoridades e eu penso que de alguma maneira as autoridades estão a viver uma onda de turismo que lhes dá proveito económicos, podem fazer mais obras, etc e lá está ganhar com mais facilidade as eleições, mas eu dá-me a impressão que as autoridades não fizeram muito por isso, não foram muito proactivos, têm sido passivos, estão a passar na onda, onda essa cujas causas não são muito claras, não tenho a certeza absoluta do	ER28	5.1

		<p>porquê que tantas pessoas sobretudo estrangeiros descobriram Olhão, mas parece-me que não foi um esforço ativo da parte das autoridades locais, não tem a ver com o esforço ativo na divulgação das autoridades locais.</p>		
15	29:23.4 - 35:36.1	<p>Eu penso que se deve pensar no resto do concelho, deve-se pensar em vender aquilo que pode ser interessante no resto do concelho, estou-me a lembrar em Moncarapacho da via romana e esses patrimónios que podem ser vendidos e cada vez mais há pessoas que gostam de passear pelo campo portanto, promover esse tipo não só cultural como ambiental fora da cidade, depois quanto ao resto é promover uma melhoria dos serviços através de formação, inovação de forma a conseguir atrair pessoas que paguem mais, mas não será possível, na minha opinião, atrair muito mais pessoas, pelo menos no verão, só se for uma coisa assim ao longo do ano, mas não vai ser possível aumentar muito mais o número de pessoas, será possível quando muito aumentar o valor dos nossos serviços de maneira a conseguir que venham pessoas que paguem mais. Pronto, basicamente é isso. A cultura no que diz respeito ao passado dessas vias romanas acho que é importante, que atrai, que pode atrair, as coisas têm que ser preservadas e reabilitadas e promovidas, divulgadas de maneira que os turistas venham ver isso. O cerro de São Miguel está muito ligado no fundo a essas vias romanas, são pontos que são interessantes e até têm significados culturais, acho que é muito importante promover e divulgar os significados culturais que existem muitos pontos do nosso concelho não é, podem atrair. O cerro de São Miguel tem aquela questão de que chama-se São Miguel, por causa, segundo dizem, mas será de certeza, São Miguel era um Santo, não é, e parece que havia ali uma cruz no século XIX e que servia também para assinalar o grande monte que era o grande ponto conspícuo dos marinheiros quando chegavam ao Algarve, era um dos primeiros pontos a ser reconhecidos na costa e isso era muito importante para eles, portanto era uma imagem sempre que eles viam com satisfação, não é, por verem pela primeira vez a terra pelo cerro de São Miguel. A questão lá está da nossa história de Olhão, a história do nosso caíque, podia ser mais vendido em termos culturais até para ensinar como é que era a marinharia no tempo em que o caíque foi até ao Brasil, é uma coisa interessante em termos culturais, há muita coisa que nós temos que pôr significado cultural às coisas, lá está no caso da via romana, uma coisa é uma pedra, outra coisa é uma pedra que faz parte de uma via romana e isso, a pedra, quando a gente diz que a pedra faz parte da via romana</p>	ER28	6.

		<p>a pedra fica logo com outro significado, fica logo com mais valor, e é assim que a gente vende as coisas.</p> <p>Eu, claro que isto pronto, não consigo lembrar-me de tudo mas acho que em primeiro lugar nós tentamos identificar todos os pontos que possam ter um significado cultural que valorize esses pontos, divulgar tudo isso, divulgar a história e o significado cultural que está por trás do nosso património e obviamente a divulgação deve ser feita em várias línguas e deve haver sempre aquela história da regulamentação para preservar as coisas para o futuro para as tais gerações vindouras.</p>		
17	38:35.8 - 40:31.2	<p>A Ria de facto torna Olhão único é claro que a Ria também existe em Faro, em Tavira, mas não há dúvida que uma Ria com aquele espelho de água e com os viveiros de amêijoas que nós temos e as comunidades piscatórias como a Culatra, que embora administrativamente pertençam a Faro, na prática estão associadas em termos humanos, etc, pela distância a Olhão, é algo único em termos ambientais depois claro que o campo já não será assim tão único, existe campo em São Brás e noutros locais, mas é evidentemente, compete-nos a nós valorizar o campo que temos, mas portanto de algo único que é fundamentalmente a Ria e o nosso cubismo, o nosso património urbano. Quando digo cubismo também há muitas casas que não são cubistas mas são muito interessantes, são do século XIX que nós temos, os chalés, etc, pronto mas isso de facto é especial em Olhão não existe em outros locais.</p>	ER28	7.
18	40:31.2 - 44:12.1	<p>Bom, repara que de alguma maneira volto ao princípio, a experiência turística é uma experiência primeiro de lazer, uma coisa para fruir mais nada, mas é também uma experiência cultural que permite termos novas ideias e termos nova visão e inovarmos. É uma experiência de partilha com pessoas diferentes, para mim é isso. Turismo é nós estarmos a descansar e a fruir e também estarmos a aprender e a ver coisas diferentes, pronto, tornarmo-nos tolerantes e inovadores. Quando a gente vê coisas diferentes tornamo-nos mais inovadores. Claro que a vantagem serão as económicas e a tal história das inovações, isso são as vantagens e as desvantagens serão a</p>	ER28	8.

		<p>destruição daquilo que era próprio do local no fundo é fazer que o desenvolvimento não seja sustentável, isso é a desvantagem é a destruição, e a homogeneização, não há dúvida quando juntamos pessoas diferentes aos poucos há a tendência de nos tornamos todos iguais, vamo-nos misturando e às tantas ficamos todos iguais e isso é um perigo do turismo, é um perigo da globalização, por um lado é bom a gente juntarmos, partilharmos e aprendermos uns com os outros, mas por outro lado, lá está, é importante nós continuarmos a preservar coisas locais com orgulho porque é importante nós passarmos a ser diferentes em algumas coisas, porque se não o perigo é tornarmo-nos todos iguais e isso ficamos todos monótonos, às tantas já não vale a pena fazer turismo pois a Alemanha é igual aqui a Olhão então não vale a pena ir à Alemanha, portanto, no limite falamos todos a mesma língua, no limite não é, isso é um perigo da globalização, daqui a mil anos podemos ser todos iguais, mas nós de facto devemos lutar contra isso, devemos falar com os outros, partilharmos as coisas, olharmos para os outros até para aprendermos com os outros, mas sempre tentando salvar características próprias porque isso é bom para todos nós, mantermos algumas diferenças.</p>		
19	44:12.1 - 48:21.8	<p>Olha eu acho que devíamos arranjar roteiros para as pessoas seguirem com guias ou sem guias, os tais roteiros que aproveitam os significados culturais e ambientais que a gente encontra no campo, aquela questão da via romana, por exemplo, é o mais simples, o mais óbvio, mas roteiros para a observação de pássaros, roteiros para passear, roteiros para isto, etc, e roteiros para a Ria, para as pessoas passarem por vários locais onde possam ir vendo e percebendo coisas são importantes e têm significado da Ria, por exemplo, um roteiro de observação das dunas, dos sapais, dos peixes, das aves, dos bivalves, por exemplo, ensinar às pessoas como é que as amêijoas se criam, porque é que a Ria tem condições para as amêijoas, ou para o berbigão, seja económica, seja biológica dos bivalves e dos outros peixes também, eu acho que é assim que a gente devia promover, é criando roteiros com significados que sirvam pessoas que têm interesse em ver animais, em ver plantas, em ver processos geológicos, em ver o património urbano do cubismo, roteiros que as pessoas passam por aquilo e podem perceber, podem perceber o que está por trás daquilo ou qual é a história daquilo, qual é o significado daquilo. Eu acho que é sempre arranjar roteiros e histórias para as pessoas.</p>	ER28	9.

		<p>As tecnologias permitem por exemplo dar autonomia e dar muita informação às pessoas que passeiam, atualmente é possível ter apps que mediante o local com georeferenciação o local onde nós estamos podem nos ir explicando os locais, nós com um telemóvel se o apontarmos para um determinado monumento, determinada casa pode haver uma app que nos diga, que nos devolva o que é aquilo, porque o telemóvel percebe onde nós estamos, percebe qual é a casa e qual é o monumento, atualmente já existe coisas dessas, até livros, o Google tem. Isso é as tecnologias, também claro que a possibilidade de nós darmos informação pela net e promovermos eventos através das redes sociais pela net isso é muito importante, evidentemente é fundamental neste momento, quando as pessoas vão passear neste momento a primeira coisa que fazem é fazer pesquisas na net e se encontrarem portanto respostas que lhe agradem em vários locais, então, as pessoas aí marcam, marcam alojamento no local, percebem que existem coisas interessantes que podem fazer nos locais. É engraçado, por vezes há coisas que são coisas muito particulares, mas eu soube dum sueco ele gosta de lançar papagaios, papagaios em papel, gosta muito daquilo, então precisa de zonas com espaço, e então andou à procura no Algarve de um hotel que tivesse um bom espaço à frente e apercebeu-se através do Google maps, que o hotel em Olhão tinha, pelo menos aí há cerca de 2 anos, tinha aquele espaço grande à frente onde ele podia lançar um papagaio, então veio para Olhão, nem sabia o que era Olhão, ele veio aqui para lançar um papagaio à frente do hotel, pronto. É claro que isto é uma coisa muito isolada, mas pronto foi através da internet, nós na internet temos que pôr todos os tais roteiros, temos que criar roteiros diferentes, que possam interessar a muitas pessoas diferentes e as pessoas depois ao fazerem a pesquisa poderão encontrá-los e é assim que elas depois vêm.</p>		
20	50:54.6 - 52:14.1	<p>No fundo, é isto a história dos percursos pedonais no campo podem ter interesse para pessoas que querem ver as plantas, para pessoas que querem ver questões de geologia, lá está o cerro da Cabeça tem muito disso quer para as aves, etc. Estes são os que nós temos, este tipo de recursos ambientais que podem ser valorizados, estruturados e vendidos e temos o recurso património urbano em Olhão que também deve ser valorizado e divulgado, basicamente é isto.</p>	ER28	10.
21	52:14.1 - 54:54.1	<p>A oferta cultural de facto não, pronto não é extraordinária, mas a verdade é que nós temos agora o auditório municipal e o auditório municipal felizmente está dentro de uma rede onde a nível</p>	ER28	10.1

		<p>público os diversos artistas vão rodando, não há dúvida que temos alguma oferta por vezes até boas ofertas que passam por lá e isso atrai pessoas para residirem cá, pessoas com algum nível, que gostam de fruir desse tipo de espetáculos, eu penso que temos já uma oferta mínima. Depois temos a tal oferta da sociedade civil, as tais recreativas que também são interessantes e o tipo de turista que reside cá, não se a gente lhe deve chamar turismo, é qualquer coisa que está ali entre o turismo e o residente, mas é o tipo de pessoa que gosta deste tipo de serviços nos quais de alguma maneira quase que participa como é o destas associações, não é, as recreativas. Pronto, por isso é que eles se sentem aqui bem. Não há dúvida que há aqui um tipo de oferta que talvez não seja o adequado no verão, não é, Olhão é a terra do Festival do Marisco, basicamente é uma oferta pobre em termos culturais, mas economicamente não há dúvida que atrai muita gente, nós poderíamos ter sempre melhor oferta, sem dúvida, mas é o que há.</p>		
23	56:45.2 - 59:03.8	<p>Eu acho que claro que as pessoas só vêm se tiverem interesses na natureza ou na cultura, o alojamento local e os transportes são apenas infraestruturas que existem para dar alguma comodidade às pessoas, mas as pessoas não vêm por causa do alojamento, não vêm por causa do transporte, as pessoas vêm porque existe coisas na natureza ou na cultura que as atraem, agora para virem têm que vir num transporte, para ficarem têm que ficar num alojamento, mas isso é uma infraestrutura básica. Aquilo que interessa às pessoas são as outras coisas, é como se as outras coisas a cultura e a natureza é a superestrutura que atrai e que dá significado ao turismo o resto são infraestruturas básicas. Mas repara não sei como classificar isto mas o alojamento e os transportes são apenas os arames que sustêm o turismo à volta dos arames tem que ter esta carne, vá lá, é o esqueleto, o alojamento e os transportes é o esqueleto, depois tem que haver a carne que dê de facto conteúdo, substância e interesse às pessoas.</p>	ER28	11.
24	59:03.8 - 1:01:28.1	<p>Não, não temos, há apenas a única diferença são as tais características, enfim, olhanensistas como alguns dizem e essas características se há alguém que tenha tentado puxar por elas somos nós a tal nossa associação através do tal guia turístico, mas enfim mas a Câmara também é verdade na sua página tem algumas coisas que já dá importância a isto, mas pouco não há uma divulgação musculada disso. Por isso é que já disse que não me parece que não tem havido uma divulgação sistemática e bem pensada disto e de alguma maneira os tais estrangeiros vêm para cá</p>	ER28	12.

não se sabe muito bem porquê, houve aqui algum contexto fez com eles começassem a vir para cá mas não me parece que tenha a ver com uma atividade de divulgação sistemática das autoridades oficiais. Nós temos qualquer coisa que é interessante, por exemplo, os mercados, como tu sabes, foram classificados mas essa classificação nunca foi iniciativa da Câmara municipal, das autoridades, e no entanto os mercados são um ex-libris potente na atração para a zona ribeirinha que é uma das coisas mais importantes em termos turísticos agora para Olhão, não é. Mas nunca houve essa iniciativa da parte das autoridades, a verdade é que essa iniciativa até partiu da associação, mas portanto não há de facto uma divulgação bem pensada destas nossas características e destes nossos recursos culturais, não há, pronto.

Nos recursos naturais sobretudo na questão da Ria e das praias já existe, mais esse tipo de divulgação, e uma parte dessa divulgação até é feita pela privada, é verdade que a Câmara e as autoridades locais tiveram certamente alguma atividade, algum protagonismo para ter aparecido o porto de recreio, esse porto de recreio motivou outra atração de investimento privado que consubstanciou no hotel e estas coisas, há aqui também algum trabalho da parte da Câmara, não é, das autoridades locais, o porto de recreio e depois vem a iniciativa privada por causa disso. Mas para além desta história do porto de recreio foi feita à bastante tempo e de uma requalificação dos mercados em 97 salvo erro, temos andado assim um pouco a ir com o vento, a ir na corrente. Nos recursos naturais vê-se sim senhora, no caso da Ria apareceram muito as empresas turísticas que levam as pessoas a dar passeios, no caso do campo também começou a aparecer por aí os tais alojamentos locais, a internet juntamente com a expansão dos alojamentos locais foi fundamental, mas eu não tenho dúvidas nenhuma, se não houvesse internet e se não houvesse estas novas plataformas que permitem o aparecimento dos alojamentos locais estas coisas não irão existir isso foi o mais importante, nós fomos provavelmente, um efeito colateral, o nosso turismo local é sobretudo um efeito colateral destas novas tecnologias e destas novas oportunidades globais. Porque não foram as autoridades locais que se lembraram de ir à Inglaterra, à Alemanha, à Holanda buscar os turistas ou divulgar Olhão. Foi a internet, foi estas novas plataformas foi tudo isto que permitiu que se calhar uns quantos turistas começassem a passar por aí e a acharem piada e depois trazerem outros, a nível global as coisas foram caminhando e crescendo. Nós também nunca poderíamos ter demasiadas pessoas

		e pronto naturalmente fomos diferenciando como algo interessante para um grupo determinado de turistas.		
25	1:05:40.9 - 1:11:39.2	<p>Olha, a importância tem muito a ver com a ideia da sustentabilidade. É importante que todos esses <i>stakeholders</i> pensem e reflitam sobre o que é que nós devemos conservar em Olhão, quais são as nossas características que devemos preservar e portanto assumirmos a necessidade das tais regras entre todos, os tais limites entre todos para que haja sustentabilidade. Aí é de facto necessário reunir os <i>stakeholders</i> com este propósito e, claro, que os públicos são fundamentais serem, terem a iniciativa nisto e cabe a eles no futuro manter as regras e fazer as regras mas os privados são fundamentais porque são eles que de facto criam emprego, têm mais inovação, não é, têm mais interesse e motivação para que as coisas se mexam e atrair pessoas e fazer aquilo que interessa a uma comunidade que é ter emprego e viver decentemente, para isso é preciso haver economia, de certeza que só a economia para existir e para funcionar tem que haver privados alinhados nisto. Eu penso que sem dúvida os hotéis e em particular o hotel de Olhão é um dos privados mais importantes, depois o porto de recreio, isso é no caso dos privados e depois há todas essas industriazinhas nomeadamente os táxis, táxis na Ria e depois os alojamentos locais têm que ser reunidos todos e têm que ser todos considerados, são pequenas empresas fundamentais, fundamentais, agora relativamente ao público o mais importante é a Câmara, é o Parque Natural que é muito importante e devia de ser pensado não só como uma entidade que só sabe dizer não, ou então distrair-se, por vezes finge que não é com ela e não diz nada, outras vezes diz não e tem muita dificuldade em dizer sim em dizer sim a algumas coisas e não consegue ter iniciativas. O Parque Natural é uma entidade passiva que pouco mais faz do que de vez em quando emitir uns não. Mas o Parque Natural é muito importante e devia pensar na forma de ter uma acção que preserve sustentavelmente o ambiente tendo em conta o turismo e outras actividades económicas. Portanto, Câmara, Parque Natural e claro Direção Regional de Agricultura tem importância a nível do concelho. Eu acho que o setor público é mais relevante, mas a relevância é de ter iniciativas e colocar regras, mas não na prestação dos serviços, acho que o Estado e o setor público não deve pensar em inmiscuirse e em prestar serviços turísticos deve é abrir a atividade à privada, mas abri-la com regras, não deve ser prestador, deve ser só</p>	ER28	13.

orientador, nesse aspecto é importante o serviço público, mas depois quando se trata de prestar serviços e de fazer negócios o mais importante é o privado. A história das associações pois têm, se elas existirem e se elas funcionarem têm o seu papel é verdade e não há dúvida que é para isso que elas existem, não é, é para terem um papel. A nossa teve a importância que teve em alguns momentos, pelo menos mostrou que era possível fazer algumas coisas, pronto e é para isso que a gente serve. Eles (*stakeholders*) podem com já disse há bocado, a história de nós termos que reunirmos e orientados isso por iniciativa das autoridades locais do setor público, identificarmos aquilo que podemos preservar, os limites e as regras e isso implica nós fazermos isso com os privados, ouvindo os privados e os seus problemas. Eles devem contribuir no planeamento e para definir estratégias desta maneira eles devem ter uma palavra sobre aquilo que nós devemos preservar, quais são os limites e como seguir nas estratégias para atingir os objetivos que devem ser considerados comuns ao grupo todo, ao concelho.((operacionalizar)) Primeiro tem que se fazer as estratégias, tem que se pensar, tem que se definir essas estratégias e depois depende de cada estratégia a maneira de as pôr em prática mas penso que no fundo cada, vá lá a estratégia tem que incluir as tais orientações e os tais objetivos e isso implica que os privados por exemplo tendo conhecimentos dos objetivos e das limitações e dos interesses que existem devem estar associados à implementação para irem colaborando na avaliação dos passos que vão sendo dados e os privados querem é ter atividade económica, sabendo quais são os limites para a sua atividade económica e sabendo quais são os interesses estratégicos investem nas áreas que ele vêem que nos planos estratégicos consideram prioritários e devem ter comunicação periódica com as entidades públicas que fazem a gestão destes planos para ouvirem até que ponto as entidades públicas continuam alinhadas naquela direção e para ouvirem também os privados sobre as dificuldades que essas orientações lhes põem, no fundo as entidades quando avançam com um projeto que foi discutido com os privados ao implementarem isso devem continuar a ouvi-los, basicamente é isto. Eu acho que não compete aos privados gerirem uma estratégia, os privados gerem a sua própria empresa mas devem geri-la sabendo qual é a estratégia delineada para o concelho e periodicamente devem ser auscultados e devem ouvir as autoridades locais sobre se essa estratégia está a correr bem e se as autoridades locais consideram que essa estratégia é para continuar a ser implementada daquela forma. Basicamente é estarmos todos alinhados e isso implica comunicarmos periodicamente, implica sermos transparentes, implica saber

		<p>perfeitamente o que achamos que está correto, para onde é que vamos, não é, e periodicamente falamos uns com os outros, se acharmos que afinal de contas aquela direção não é correta a gente ajusta, mais ajusta entre todos, aliás só podemos perceber se a coisa não está correta se nos ouvirmos, se ouvirmos os problemas que cada um tem. Porque não há dúvidas aqui não é uma guerra entre privados e público, porque os privados são essenciais, se não houvesse privados pois a gente não tinha emprego e por isso o público tem que os respeitar. Não há dúvidas que os privados não podem estar soltos, sozinhos a pensar só no seu próprio umbigo porque no fundo é isso que os privados fazem naturalmente, estão a pensar na sua própria empresa e pronto. tem que haver alguém, e para isso é que servem as entidades públicas, que lhes dê uma bússola e lhes diga é para aqui e essa direção deverá ser feita conversando uns com os outros.</p>		
26	1:18:19.0 - 1:18:32.6	<p>Olha, eu vejo que isto devia, no fundo, é os tais planos que aparecem e que estão para discussão pública. Eu acho que sim, que devia de haver uma discussão pública séria com estas entidades todas e essa discussão pública implica convidar os privados, os mais importantes em termos isolados, o hotel(Real Marina) por exemplo, mas também os representantes dos menos importantes, não é, tentar encontrar representantes dos alojamentos locais mais pequenos por exemplo, também a questão dos transportes, também a questão da universidade no sentido que é muito importante nós percebermos as dificuldades que os clientes, que os turistas têm e aí implica avaliar isso. Os privados são importantes porque muitas vezes eles sabem quais são os problemas dos seus clientes, não é. Mas eles podem não ter preparação para, não só, para perguntar como até analisar esses problemas e pessoas com uma certa capacidade mais sociológica de tentar perceber então isto, pessoas que estão nas universidades, que têm preparação para isto podem ajudar a tentar perceber o que é que está falhando, mas eu vejo portanto a necessidade de passo a passo falar com por exemplo com entidades locais públicas têm que se reunir periodicamente com representantes das entidades privadas ligadas ao turismo e isso é fundamental, eu acho que o mais importante nisto é mesmo a comunicação, e uma comunicação transparente, no fundo os públicos querem que haja mais emprego, os privados querem que o seu negócio particular corra melhor e portanto tanto uns como outros acabam por poder correr na mesma direção desde que isso seja definido em reuniões entre todos periódicas e não é preciso sempre assembleias gerais, mas assim os representantes dos mais pequenos em vez de virem todos os pequenos, claro.</p>	ER28	14.

		(operacionalização) Eu acho que são todos importantes, e lá está se houver uma participação de todos nisto começa a haver comunicação entre todos e começa a haver a noção que todos dependem de todos, começa a haver mais oportunidades para aparecerem mais eventos culturais porque se pusermos na mesma sala vá, ou dermos oportunidade de comunicação entre associações, por exemplo as nossas recreativas e alojamentos locais e entidades públicas começa a haver a oportunidade dos alojamentos locais percebem que as recreativas podem ajudar, as recreativas perceberem que podem ter em alguns alojamentos locais e em algumas entidades turísticas privadas o patrocínio devido para fazer eventos, pode haver aqui associações que vão aparecendo porque começa a haver oportunidades de contacto e comunicação entre todos, se as pessoas não contactaram, não comunicarem pois há menos oportunidades de aparecerem coisas em conjunto. Eu penso que isto pode potenciar a criação de mais oferta cultural porque um hotel, por exemplo, pode patrocinar e pode sentir que isso é bom para ele. Redes que devem ser orientadas, devem ser patrocinadas pelas entidades locais e a Câmara penso que é importante aí.		
28	1:32:16.2 - 1:36:36.9	Eu, por acaso, acho que o fundamental já disse eu penso é que temos que ver caso a caso aquilo que pode ser promovido e novos interesses que nós possamos descobrir aqui em Olhão para atrair e para fomentar mais o turismo e é claro que eu estou-me a lembrar no campo há o cerro da Cabeça tem aquelas grutas, não sei se isso não podia ser pensado, já falámos sobre as vias romanas, isso é uma coisa que nós próprios dentro da associação já falámos e acho que são coisas, essa era básica, são pequenas coisas não é uma grande coisa global, eu acho que em termos de turismo talvez também a possibilidade de permitir a turistas terem experiências com os locais nas suas artes, por exemplo, irem à pesca com os locais, irem ver como é que é, irem ver como é que se apanha a amêijoa, isso é um tipo de turismo que talvez fosse interessante desenvolver em que alguns turistas são capazes de achar piada a isto e ser um complemento para os locais. Outras coisas já não são bem de turismo, tem a ver, não há dúvidas nós também devíamos pensar em alternativas ao turismo. Neste caso, estou a pensar em alternativas ao turismo, mas que neste caso estou-me a lembrar de alternativas ligadas ao mar, como encontrar novas formas de aproveitar o mar que não turísticas mas depois também podiam ser utilizadas para o turismo como por exemplo neste momento já existe a possibilidade de fazer mergulho, julgo eu, que isso continua existir, de fazer mergulho junto da companhia de atum que há ali na zona da Fuseta,	ER28	15.

	também existem uns atóis artificiais que têm andado a colocar na costa para aumentar a produção de peixe, também pode ser utilizado para mergulho, existe a possibilidade de afundamento controlado de alguns navios na costa para ser utilizado para mergulho, são mais outras atividades turísticas que podiam ser desenvolvidas também, mas são coisas particulares para aumentar a oferta	
--	---	--

ER 29

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:12.2	O papel do turismo (...) bem o turismo é o <i>link</i> que permite a troca cultural - tanto de quem recebe como de quem chega. A partilha de quem somos e também expansão de conhecimentos.	ER29	1
3	1:10.1 - 1:50.0	É como já disse anteriormente, insere-se no mesmo contexto do desenvolvimento dos territórios, porque gera novas economias, cria áreas naturais protegidas, desenvolve projetos relacionados com cultura, etc. E depois assistimos a um desenvolvimento urbanístico e de serviços rápido e desequilibrado.	ER29	1.1
4	1:50.0 - 2:57.2	Acho que é um desenvolvimento que acontece lentamente, para que haja uma adaptação natural e que respeite as necessidades dos locais e dos turistas, sem gerar desperdício, olha, dou-te o exemplo do excesso de hotéis e bares. Também uma arquitectura pensada e que respeite o espaço ambiental e urbanístico no qual se insere, utilizando o mais possível materiais e trabalhadores da área e da localidade, utilizando recursos “energéticos alternativos”, eliminando tudo o que sejam excessos como mudar lençóis e toalhas todos os dias. Que seja um motor de educação de quem chega, mas também de quem já cá mora, não é?	ER29	2.
8	4:15.4 - 4:40.6	Em termos culturais seria bom identificar e proteger a cultura original para que não se perca e não se globalize.	ER29	3.
10	4:54.7 - 5:40.8	Primeiro há que realmente definir o que significa a palavra sustentável e a extensão dela. Oh pá, no meu entender o mundo não vive de forma sustentável - todos consumimos demasiado. Eu não vejo projeto turísticos usando energias alternativas, nem educando o consumidor para o desperdício, nem usando produtos naturais nos seus estabelecimentos, nem barcos ou carros	ER29	4.

		elétricos, por exemplo, não é?		
11	5:49.5 - 6:30.4	Não tenho imagem definida, pois vejo Olhão pelos olhos de um local e não de um turista. A Ria Formosa, o Parque Natural e claro, as pessoas de Olhão.	ER29	5.
14	7:42.9 - 8:02.5	Não vejo que Olhão esteja a ser comunicado como destino turístico.	ER29	5.1
15	8:02.5 - 8:27.1	Um destino de natureza, sem dúvida. Mas para isso, seria necessário adequar a oferta ao conceito sustentável que parece ser senso comum, mas na prática é um termo muito ambíguo.	ER29	6.
16	8:27.1 - 9:02.3	Acho que o Parque Natural da Ria Formosa, a culinária e as gentes da terra. Todos eles são elementos únicos e não são replicáveis.	ER29	7.
17	9:02.3 - 9:33.2	Como já referi antes é importante em termos de economia, de cultura, para a natureza e em termos sociais.	ER29	8.
18	9:33.2 - 9:58.8	Pois, terão que se reunir os melhores das diferentes áreas intervenientes e definir essa estrutura.	ER29	9.
19	9:58.8 - 10:39.6	Humm... os modos de viver, a forma de comunicar, os saberes esquecidos, até as mezinhas, as lendas. Ir procurar a essência deste povo.	ER29	10.
20	10:39.6 - 11:07.5	A oferta cultural deve ser integrante em primeiro lugar, se os locais não fizerem parte, essas	ER29	10.1

		experiências não são nem genuínas, nem sustentáveis.		
23	12:33.0 - 13:11.2	Pois, tudo se deve complementar e serem criadas apenas se existir uma necessidade para tal - sem exagero, nem desperdício de recursos.	ER29	11.
24	13:11.2 - 13:50.4	Não estou por dentro do que se oferece como experiência turística em Olhão, mas só faz sentido realmente se os locais também tiverem acesso a essas experiências. Do que vale mostrar aos turistas os golfinhos se o povo que cá moram nunca viram golfinhos?! Que tipo de sustentabilidade e conexão com a natureza é essa?!	ER29	12.
25	13:50.4 - 14:29.9	São todos humanos, se quisermos melhores decisões para este planeta, temos que começar por re-educar a humanidade. ((Operacionalização)) O mesmo que respondi na pergunta anterior.	ER29	13.
26	14:29.9 - 14:49.8	Todos são importantes, as pessoas do local mas também os especialistas na matéria.((Operacionalização)) Todos também, para termos um plano integrado e uma cultura genuína.	ER29	14.
28	15:27.5 - 16:54.2	Olha, o termo sustentabilidade é demasiado ambíguo e usado de forma leviana atualmente. Igualmente para o termo Bio. Virou moda e as pessoas pensam que por fazerem reciclagem já tem um estilo de vida muito sustentável. Errado! Pouco é melhor que nada, mas estamos muito longe de dignificar essa palavra. São poucos ou quase nenhuns os exemplos de “turismo sustentável”, estás a ver? Infelizmente o nosso mundo está demasiado desequilibrado e para	ER29	15.

	ser sustentável no verdadeiro sentido da palavra teríamos que adequar ou desistir de muitos aspectos da vida moderna - nomeadamente viajar - especialmente de avião - e contra mim falo, não é?	
--	---	--

ER 30

	Timespan	Content	Pessoa	Pergunta
1	0:00.0 - 0:54.8	Claro que o turismo é muito importante, gera receita para vários países e também para as pessoas e claro recentemente percebemos que a falta de turismo cria grandes dificuldades financeiras para entidades comerciais, companhias aéreas, o estilo de vida das pessoas, no que diz respeito a um país é muito importante usar o turismo na sua melhor visibilidade para atrair pessoas, não as suas pessoas mas internacionalmente.	ER30	1
3	1:43.5 - 2:51.4	Olhão em si está a melhorar lentamente ao longo dos anos, reparei que era muito antiquado e não era tão limpo e arrumado como poderia ter sido, recentemente, de acordo com o que eu sei, há mais pessoas a visitar e isso é um bom sinal e o grande hotel criou algo bom para Olhão em si e claro alinhado com outros sítios o tipo de operações relacionadas com a marina atrai pessoas com experiência náutica para visitar a zona e, claro, está mesmo à porta da Ria Formosa e isso é bom também para as pessoas que querem aprender mais um pouco sobre a vida selvagem na zona.	ER30	1.1
4	2:51.4 - 4:08.0	Um desenvolvimento sustentável tem de crescer constantemente em direção ao turismo e melhorar os standards e a publicidade da região, da zona ou do país é vital que as pessoas saibam ao que vêm ou a escolha que têm para visitar determinada área, isso por si próprio vai fazer com que seja sustentável porque vais ter uma indicação clara de quem quer fazer que tipo de férias turísticas, claro que muito tem que ver com a câmara local, governo, têm de ser os que fazem isso agradável para as pessoas.	ER30	2.
8	9:47.6 - 12:42.1	É importante a interação, claro que onde estamos no Algarve os turistas de língua inglesa as pessoas locais têm de reagir ter um conhecimento de língua para entender e isso é bom, temos que avançar, não se pode ficar só pelo inglês, há alemães e agora os francesas vêm e as pessoas têm que se adaptar e nas suas estratégias têm de ter alguém capaz de lidar com os estrangeiros	ER30	3.

		nas suas próprias línguas. A atividade ((cultural)) tens diferentes tipos de pessoas e alguns vêm e querem apreciar a experiência de apenas andar pela cidade e ver o que está disponível outras pessoas querem vir e dizem: “quero mais nas minhas férias do que ir apenas jantar ou andar por ruas velhas”, e para criar festivais, Olhão já tem, a par com outros em Portugal e no Algarve, e continuamente tem que ver todos os aspectos para atrair pessoas desde artes, cultura até às bandas, a música e eventos maiores à noite. O problema é relacionar com o tamanho da cidade, é bom ter um concerto ou festival mas as pessoas precisam de estacionar e ter acesso fácil e sair facilmente, se tens milhares pessoas todas a sair num período de 2 horas é muito difícil, as pessoas ficam chateadas, perdem-se são os prós e os contras. Mais entretenimento, em vários estilos é muito importante, igualmente os grandes festivais precisam de ter um controlo muito apertado em relação à circulação de pessoas e entradas e saídas da cidade.		
10	14:48.5 - 16:20.0	Sinceramente não tenho a certeza sobre essa pergunta. Sem dúvida que as coisas melhoraram, podes pensar que as coisas vão no sentido da sustentabilidade ou os negócios não estariam a avançar tanto. Não tenho a certeza. O sinal positivo é o investimento do grande hotel, no horizonte tem de estar algo que faz as pessoas pensarem que vamos na direção certa, se é na velocidade certa não sei. Quando ando por Olhão, pelas ruas estreitas penso que não mudaram muito ao longo dos anos, os cafés estão um pouco mais higiénicos e modernos mas em geral as ruas não parecem muito diferentes.	ER30	4.
11	16:20.0 - 18:07.6	Para mim se não vivesse no Algarve e tivesse a ver de fora parece uma pequena vila de pescadores no limite com uma zona de vida selvagem que pode ser estudada. Não é uma cidade grande, bem espaçosa, se vais para uma zona podes também sair dessa zona rapidamente para outra zona e voltar e é essa a importância do turismo, se as pessoas vão por 7 dias, depois de terem passado alguns dias vão voltar à noite, por exemplo, é importante o entretenimento coisas desse género, mas tens de perceber as pessoas não vêm para ficar num sítio 24/7, não fazem isso. Vêm e fazem as visitas às ilhas e depois: “onde é que eu posso ir?” depois se tiveres alguma coisa a acontecer ou um ambiente de bares até uma noite simples de sair para jantar e aproveitar o ar quente de verão é para muitas pessoas bom.	ER30	5.
14	23:14.2 - 24:46.7	Para ser honesto não reparei muito, não há publicidade suficiente, para ser honesto eu vivo	ER30	5.1

		próximo ((da cidade)) e sei do que se passa e acredito que não é tão bom como poderia ser. A publicidade tem de ser sempre contínua e contínua, se for só nos meses de verão tem que ser mesmo agressivo porque todos os dias pessoas chegam e pessoas vão e pequenos posters nas paredes e folhetos não é suficiente, não é eficiente. Tens que conseguir entrar nas agendas do Turismo e nos media.		
15	24:46.0 - 26:27.7	Bem, acho que todas as coisas precisam de crescer lentamente e vais aprendendo à medida que vais crescendo e não há dúvida que Olhão está a fazer de certa forma, mas como já disse antes não fazer demais para que o espaço não esteja sempre cheio até ter atividades suficientes para manter todos ocupados, de outro modo ficas com uma cidade cheia de turistas e não há muito mais para fazer do que andar pelas lojas e ir nos passeios de barco para a praia. Tens que assegurar que é de qualidade, efetivo e ter um bom conhecimento do que a zona tem para oferecer e do que se trata em Olhão, a parte histórica também, tudo junto é importante, mas não crescer demasiado rápido, há que ter as infraestruturas antes de tudo e depois atrair as pessoas. ((A cultura parte da estratégia)) sem dúvida.	ER30	6.
16	26:27.7 - 27:51.4	Não sei, não consigo pensar em nada. Folar. Muitos destinos turísticos têm uma especialidade da casa ou da zona, porque agora é orientado para uma rua longa com restaurantes e cafés e deviam promover a gastronomia local, não consigo pensar em nada mais que tenha que ir a Olhão porque é único nessa área, deve haver mas não sei.	ER30	7.
17	27:51.4 - 30:37.1	Muito importante, as pessoas que visitam sítios querem levar memórias, boas memórias não más memórias e memórias más ficam sempre na cabeça quando falas com um amigo por exemplo: “ estou a pensar ir a Portugal ao Algarve, ir a Olhão” e se não tiveste uma experiência de qualidade a primeira coisa que respondes é: “ok, mas “ depois levas o mas o negativo. Tem de ser sempre com qualidade, bom serviço e suficiente para manter a pessoa ocupada em relação à história, cultura e coisas assim. A natureza da vida é necessário o equilíbrio para criar empregos para as pessoas locais, mas também a vida selvagem, não faz sentido ter centenas de pequenos barcos a arruinar o sítio. As pessoas têm de saber desde o momento que chegam a Olhão onde é que podem ir, o que podem fazer numa forma de agenda simples que possam sentar, ver e	ER30	8.

		dizer:”amanhã vou fazer isto e na quinta à noite por exemplo há música ou outra coisa e isso é muito importante, algumas pessoas pensam que vivem a vida controlados e quando estão de férias querem ir onde e quando apetece, mas isso não são todas as pessoas. Quando vou a um sítio preciso de pensar que tenho este tempo e o que vou fazer com esse tempo e ter a melhor experiência possível e isso é importante.		
18	30:37.1 - 32:06.2	Claro que a Câmara deve estar envolvida porque tem de apoiar a população local e o que se passa lá, mas claro que o Turismo e o governo nacional tem que estar ciente do que é necessário. Não se deve esperar que a câmara local possa trazer a publicidade para as pessoas, é muito mais do que isso, na minha experiência é por isso que existem Turismo ((regiões de turismo)) olhar à volta e identificar quais são os prós e os contras dessa zona e melhorar os prós e colocar o esforço aí e ver os contras e como adaptar o melhor possível, nunca se consegue o equilíbrio perfeito mas precisas mais do que a câmara local para tem para oferecer, tem que ser numa escala maior.	ER30	9.
19	32:06.2 - 35:49.5	Em relação às igrejas, igrejas antigas vão sempre existir e têm história, é uma pequena parte do que atrai as pessoas, mais pessoas querem ver pequenos museus, pequenas exposições ou <i>pop ups</i> ou que quiseres chamar hoje em dia, que explica o que se passa nesta área e porque o fazemos isso dá às pessoas uma ideia melhor do que se trata, igualmente o sistema satélite de Olhão e Quelfes, Moncarapacho é preciso considerar que são uma parte importante da zona em conjunto com o Turismo, mais a Câmara local devem ver como podem trabalhar juntos para assegurar que há outras coisas fora do centro de Olhão e isso, novamente tem de ser o Turismo e governo nacional, não apenas governo local, é importante criar uma rede para apanhar todos, se só tiverem que viajar 3 km, 5 km ou talvez 10 fora da zona pode ser, está bem, porque perdê-los para Albufeira ou outro sítio por um dia inteiro se existe um set line que as pessoas podem visitar na zona, isso é importante, têm tempo e só têm um dia, o que posso ver num dia, já vi Olhão, onde é que eu posso ir na zona? Algumas pessoas só querem ver a beleza natural do Algarve, por exemplo, outras pessoas não estão interessadas nisso e querem ver uma igreja, um pequeno museu ou o que se passa, para eles tem de estar claro o que há. Olhão pode ser o centro mas tem muitos satélites pequenos que fazem parte da experiência de Olhão.	ER30	10.

20	35:49.5 - 37:19.2	Bem, na oferta cultural tem que se ter cuidado para não se tornar mais do mesmo, o mesmo que já existe, tem que se pensar algo que seja único e pensar em termos de diversão e não ser deixado numa visita histórica, algumas pessoas querem a visita histórica com pormenor é importante para a sustentabilidade porque precisas de pessoas capazes de contar às outras pessoas os factos históricos e factos geográficos de Olhão e os outros que “estou de férias para me divertir, ir à praia, à noite quero sair para jantar, dançar ouvir música ou arte e artesanato local, quero ir ver e ouvir”, tudo como parte das férias para o turista ou visitante.	ER30	10.1
23	41:04.7 - 42:45.1	Muito importante, cultura e natureza tens que reter a cultural de outra forma tornaste sem identidade, outro ponto no mapa, outra cidade em qualquer lugar do mundo, em relação à natureza se a tua zona está circundada por natureza e usas a natureza para fazer criar atividade financeira, negócios, aumentar o turismo e conhecimento da zona tens que cuidar disso, o equilíbrio tem de ser correcto, não faças de demais que acabas arruinando os ativos, como já disse anteriormente crescer lentamente, mas quando cresces garantir que a sustentabilidade daquela zona está alinhada com o que se quer fazer e não que toda a gente tem que ir a Olhão porque é um sítio fantástico para ir e em 10 anos a próxima geração não tem nada lá, porque foi tudo arruinado pelo turismo.	ER30	11.
24	42:45.1 - 44:20.6	Não, não consigo pensar numa coisa além da Ria Formosa e da vida lá o habitat é único e precisa de ser preservado, é muito importante, sem isso tens uma grande fatia do que Olhão pode oferecer retirada, mas tudo o resto, os passeios para as ilhas é tudo muito bom para algumas pessoas, mas importante se estão 35 graus, num barco cheio de pessoas com 3 crianças cansadas não é uma experiência tão agradável, não só para essa família mas também para os outros sem crianças. O equilíbrio é importante, tens praias, mar tens alguma história e tens a reserva natural para mim é o que eu vejo em Olhão.	ER30	12.
25	44:20.6 - 48:00.6	Privados, tens que trazer os privados sem dúvida, porque as organizações privadas maiores frequentemente não têm a nuvem financeira mas estão puramente interessados no lucro, a Câmara local e a comunidade tem que olhar de outra forma, a comunidade vê o que há de benefícios para si, no que toca à sua vida e receita e querem isso, se for uma boa comunidade quero isto mas com restrições nisto e naquilo e tens outras pessoas na comunidade local que	ER30	13.

		<p>não querem saber, querem fazer dinheiro enquanto podem (...)</p> <p>Tudo importante mas no coração a Câmara local é que sabe o que está disponível e para onde devem ir, devem ouvir as pessoas e o que querem para agora e para o futuro e depois atrair os nomes grandes para trazer dinheiro, novo , melhor ou mais qualidade para aquilo que está disponível.</p> <p>É o mesmo de que já falamos, precisas do Turismo para promover, governo nacional com financiamentos disponíveis em conjunto com a Câmara local para controlar como desenvolvem a zona e o Turismo para promover com determinado orçamento, no final é a crítica do público que vem a Olhão.</p> <p>Tripadvisor, por exemplo, se calhar não é um bom exemplo mas é um exemplo hoje em dia as pessoas vêm no Google eu vou lá, o que se passa lá? Tens que ter cuidado com a forma como as pessoas julgam os sítios. As pessoas dizem que está bem mas não há nada para fazer à noite, cheira mal e não há onde estacionar o carro, perdeste a grande maioria das pessoas que querem ir lá.</p>		
26	48:00.6 - 49:58.8	<p>Para cultura as associações locais e residentes, de todas as nacionalidades porque a cultura atualmente não podes só relacionar com o que aconteceu no passado na zona tem que ser mais diversificado, com as pessoas que decidiram viver lá de todas a nacionalidade têm algo para oferecer de algum modo, por isso é que as entidades locais têm que ver quem está na minha zona quem tem algo a oferecer e como é que os podemos usar para melhorar a zona mas também para ser parte da comunidade local porque a comunidade local é exatamente isso um grupo de pessoas de todas as nacionalidades e não apenas um grupo de portugueses.</p> <p>Ação?</p> <p>Associações, Câmara, e Turismo. 365 é um elemento importante. Novamente não devíamos estar a pensar nos meses de verão mas durante o ano todo sempre que possível.</p>	ER30	14.
28	54:18.3 - 57:03.0	<p>Não, acho que cobrem a maior parte das coisas. A cidade pode reagir tanto ao que está em oferta, estás a beira mar e numa zona natural e isso para mim são 2 fatores importantes para concentrar, a maioria das pessoas gostam do mar e da natureza e cada vez estão mais cientes mundialmente que é a forma boa de seguir em frente, não podes evitar grandes prédios nas cidades mas o que podes fazer é planear o crescimento dessa zona, dessa cidade, uma coisa</p>	ER30	15.

	<p>importante é a natureza e claro Olhão fica à beira mar e isso é importante mas como eu disse quando andas por Olhão tem de estar limpo e arrumado, pode ser pitoresca mas pode ser pitoresca limpa e bem tratada, para mim o cheiro de Olhão vem sempre à cabeça.</p> <p>Eu gostaria de ver o lado natural de Olhão expandido o mais possível e as atividades culturais disponíveis na área e partilhada por todas as diferentes nacionalidades e desenvolvida para ser um sítio mais interessante com muita participação por todos os que vivem na zona.</p>	
--	--	--