



**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

**FACULDADE DE ECONOMIA**

**ESTÓRIAS PARA UM TURISMO *SLOW*.**

**CONTRIBUTOS PARA O MARKETING NA SERRA ALGARVIA**

**ANA BEATRIZ BERNARDO DE JESUS**

**Dissertação**

**Mestrado em Marketing**

**Trabalho efetuado sob a orientação de:**

**Professora Doutora Maria Manuela Martins Guerreiro - Faculdade de Economia da  
Universidade do Algarve**

**Professor Doutor Júlio da Costa Mendes – Faculdade de Economia da Universidade do  
Algarve**

**2015**



**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**

**FACULDADE DE ECONOMIA**

**ESTÓRIAS PARA UM TURISMO *SLOW*.**

**CONTRIBUTOS PARA O MARKETING NA SERRA ALGARVIA**

**ANA BEATRIZ BERNARDO DE JESUS**

**Dissertação**

**Mestrado em Marketing**

**Trabalho efetuado sob a orientação de:**

**Professora Doutora Maria Manuela Martins Guerreiro - Faculdade de Economia da  
Universidade do Algarve**

**Professor Doutor Júlio da Costa Mendes – Faculdade de Economia da Universidade do  
Algarve**

**2015**

**ESTÓRIAS PARA UM TURISMO *SLOW*.**  
**CONTRIBUTOS PARA O MARKETING NA SERRA ALGARVIA**

**Declaração de Autoria do Trabalho**

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

Ana Beatriz Bernardo de Jesus

Ana Beatriz Bernardo de Jesus

.....  
(assinatura)

**Direitos de cópia ou *Copyright***

© ***Copyright:*** Ana Beatriz Bernardo de Jesus

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

*A todos os amigos da Serra.*

## **Agradecimentos**

Devo agradecer aos que me acompanharam ou contribuíram de alguma forma no decorrer desta caminhada.

À orientadora, Professora Doutora Manuela Guerreiro pela sua orientação na dissertação, mas mais que isso, por ter sido quem me deu a conhecer o mundo do Marketing. Pelo rigor científico e exigência que me levou a ter de adaptar todas as minhas ideias mais criativas de forma adequada para a investigação, pela sua revisão do texto, pelo seu contributo na organização do trabalho, por saber aconselhar-me com quem falar nos devidos momentos, pelo estímulo e incentivo constantes, pela paciência e pela amizade.

Ao orientador Professor Doutor Júlio Mendes, por me acompanhar neste meu percurso, pelo rigor científico e pelas suas boas sugestões no sentido de adequar também a dissertação aos parâmetros que deve ter, pelo apoio e por saber quando valorizar o bom trabalho.

À Professora Doutora Bernardete Sequeira pela sua disponibilidade em apoiar e identificar alguns aspetos relativos à metodologia a utilizar e por partilhar os seus conhecimentos relativamente ao programa *NVivo*.

À Faculdade de Economia pelo acompanhamento permanente, pelos ensinamentos que todos os professores desta Instituição me passaram e me ajudaram a escolher o meu caminho direcionado para o Marketing.

Ao executivo da Câmara Municipal de São Brás de Alportel por apoiarem e desenvolverem atividades que me levaram a descobrir os cantinhos e estórias de São Brás e da nossa Serra que passei a conhecer melhor, pelo apoio e disponibilidade que me deram ao longo da dissertação.

À Doutora Marlene Guerreiro pelos incentivos, pelas partilhas de conhecimento, pelo interesse e carinho com que me ajudou na concretização da dissertação.

À Doutora Olga Ludovico pelas dicas e conselhos ao longo da concretização da dissertação.

À Sónia Martins pela disponibilidade e pelos seus conhecimentos em *design* gráfico que me ajudaram na concretização da minha ideia para o mapa representativo da Serra, transformando os meus rascunhos em apresentação no computador.

Aos amigos da Serra, aos residentes que me deram a conhecer as suas vivências e estórias em inúmeras situações. Pelas estórias que não serão esquecidas porque os residentes me contaram, me proporcionaram experiências autênticas e inesquecíveis, pois estas pessoas têm o dom de ensinar, de explicar e de nos mostrar aquilo que a vida foi e já não é. Sei que saí desta experiência muito mais enriquecida pessoalmente e com vontade de saber mais e mais, não poderia deixar de agradecer a estas pessoas pela forma como me acolheram.

Um agradecimento especial aos entrevistados pela sua disponibilidade, por me receberam tão bem nas suas casas, por abrirem um pouco o livro das suas vidas e partilharem comigo os bons e maus momentos através das suas estórias. Ao Sr. José Ramos e à sua mulher, Sra. Hortênsia, à Sra. Albertina Brito, à Ângela Fortes e à Noémia Pires.

Agradeço a todos os colegas e amigos, com quem partilhei angústias e entusiasmos, pelas palavras de incentivo, pela partilha intelectual e pela ajuda direta ou indireta na realização desta investigação. Em especial à minha colega de Mestrado, Nídia Brás pelos momentos de partilha.

Aos meus pais, Graça Bernardo e Rogério Jesus e ao meu irmão, Bernardo Jesus pelo apoio incondicional em todos os momentos. À minha mãe pelo acompanhamento constante que me trouxe até este momento, pela motivação, pelo entusiasmo, pela criatividade que me passou desde pequena e que faz sempre querer sonhar mais alto. Ao meu pai pelo sentido prático da vida que me ensinou a ter e que muito me ajudou para a organização de ideias nesta dissertação. Ao meu irmão pelos despiques entre Serra e cidade que me ajudam sempre a ter a perspectivas de ambos os lados e pela sua ajuda com traduções.

Ao meu namorado Aléxis Conde, que me motivou desde sempre na concretização desta dissertação, pelo apoio e carinho que me ajudou a ter força nos momentos mais difíceis para continuar e pela sua vontade em me ajudar.

A toda a minha família que me apoiou desde sempre. Às minhas avós, Delfina Bernardo e Helena Jesus pelos contributos, por desde sempre contarem histórias da sua vida que me fizeram gostar tanto de me sentar bem quietinha a ouvi-las falar. Aos meus avós, José Bernardo e Xavier Jesus, que já cá não estão, mas que me deixaram uma memória viva muito positiva com vivências relacionadas com o campo e boas histórias. Às minhas tias, Manuela Jesus, Bela Bernardo e Maria Bernardo por me acompanharem nas muitas caminhadas que fui fazendo ao longo deste ano para descobrir São Brás e os seus segredos, e ao meu tio António Júlio por me ajudar a ter momentos *slow*, como pescar em locais desertos. Às minhas primas, Ana Santos, Mariana Bernardo e Lara Jesus pelas brincadeiras em relação à Serra que puxam por mim e me fazem querer mostrar-lhes a quão maravilhosa a Serra pode ser.

A todos a minha profunda gratidão!

## RESUMO

Esta dissertação, desenvolvida no âmbito do Mestrado em Marketing da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, apresenta uma investigação cujo principal objetivo é a recolha de estórias que possam vir a contribuir para o posterior desenvolvimento de produtos *slow* no âmbito de uma estratégia de marketing para a Serra Algarvia.

Trata-se de uma investigação de natureza exploratória e desenvolvida através de metodologias qualitativas. A sua pertinência reside no facto de, na literatura, serem escassos os estudos que incidam sobre *Storytelling* e, em especial, focando-se em narrativas dos residentes. Esta pesquisa pretende pois contribuir para aprofundar o conhecimento nesta perspetiva.

A investigação empírica foi realizada num território *slow* no Algarve: a serra e a *Cittaslow* de São Brás de Alportel. A estratégia metodológica privilegiou múltiplos olhares tendo sido realizadas entrevistas com responsáveis pela gestão do território e com residentes, tendo-se privilegiado junto destes atores uma abordagem ao *Storytelling* com recurso ao diário de campo.

Os resultados permitem proceder a uma caracterização de São Brás de Alportel como *Cittaslow*, tendo em conta os modos de vida dos residentes na Serra, os modos de transporte e acessos *slow*, a passagem do tempo ao ritmo *slow* e as estórias que sustentam o posterior desenvolvimento de produtos *slow* para a serra algarvia, numa perspetiva de sustentabilidade.

As conclusões apuradas levaram à criação de mapas nos quais se apresentam as temáticas para as estórias que poderão ser contadas durante os percursos pedestres. Desta forma pretendeu-se sugerir que se utilize esta estratégia como forma de promover o desenvolvimento do marketing para o *Slow Tourism* na Serra Algarvia.

**Palavras-chave:** Marketing dos Lugares, *Slow Tourism* e *Storytelling* dos residentes.

## ***ABSTRACT***

This thesis, developed under the Master in Marketing from the School of Economics, University of Algarve, showcases an investigation whose primary goal is to collect stories that may contribute to the further development of slow products under a marketing strategy for *Serra Algarvia*.

This is a research with an exploratory nature and is developed through qualitative methodologies. Its relevance relies on the fact, that only a few studies focus on storytelling in literature, particularly narratives of the residents. This investigation aims for deepening knowledge in this perspective.

Empirical research was carried out in a slow territory in the Algarve: the *Serra Algarvia* and the Cittaslow of São Brás de Alportel. The methodological strategy favored multiple views, through interviews, both with responsables for land management and with residents, having been privileged an approach of Storytelling using the field diary.

The results allow to carry out a characterization of São Brás de Alportel as a Cittaslow, taking into account the ways of life of residents in the *Serra*, ways of transportation and slow access, the passing of time at a slow pace and the stories supporting the following development of slow products to the *Serra Algarvia*, in a perspective of sustainability.

The conclusions that were made, led to the creation of maps which presents the themes of the stories that will be told during pedestrian routes. In this way it is intended to suggest that this strategy is used to promote the development of marketing for the Slow Tourism in the *Serra Algarvia*.

**Keywords:** Marketing of Places, Slow Tourism and Resident's Storytelling

# ÍNDICE GERAL

Agradecimentos .....	ii
RESUMO .....	v
ABSTRACT .....	vi
Lista de Abreviaturas .....	xi
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA.....	5
1. DO MOVIMENTO <i>SLOW</i> AO <i>SLOW TOURISM</i> .....	5
1.1. <i>Slow Food</i> .....	5
1.2. <i>Cittaslow</i> .....	10
1.3. <i>Slow Tourism</i> .....	14
1.3.1. Manifesto <i>Slow Travel Europe</i> .....	23
2. DO <i>SLOW TOURISM</i> AO MARKETING DE LUGARES .....	25
2.1. Marketing de Lugares .....	25
2.1.1. Perspetiva promocional – <i>place promotion</i> .....	25
2.1.2. Perspetiva de planeamento – <i>place planning</i> .....	26
2.1.3. Perspetiva de marca – <i>place branding</i> .....	27
2.2. O Turista <i>Slow</i> .....	25
2.3. Os residentes e o <i>Slow Tourism</i> .....	36
2.4. A importância do <i>Storytelling</i> .....	36
2.4.1. <i>Storytelling</i> com residentes .....	39
2.4.2. <i>Storytelling</i> com turistas.....	41
CAPÍTULO III – METODOLOGIA .....	43
3. O MOVIMENTO <i>SLOW</i> NO ALGARVE.....	43
3.1. As <i>CittaSlow</i> no Algarve.....	43
3.2. São Brás de Alportel <i>Cittaslow</i> .....	43
4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA .....	49
4.1. Investigação Qualitativa.....	49
4.2. Estudo Exploratório .....	52
4.3. Métodos de Recolha.....	54
4.3.1. Entrevista.....	54
4.3.2. <i>Storytelling</i> .....	57
4.3.3. Diário de Campo .....	65
4.4. População e sujeitos de investigação .....	65

4.5. Procedimentos de recolha de informação.....	67
4.5.1. Entrevista.....	67
4.5.2. Entrevistas com abordagem ao <i>Storytelling</i> .....	69
4.5.2.1. Pré-teste ao guião de entrevista.....	70
4.5.3. Diário de Campo .....	72
4.6. Métodos de Análise de dados.....	72
4.6.1. Análise de Conteúdo .....	73
CAPÍTULO IV – RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	77
5. ENTREVISTAS.....	77
5.1. Entrevista ao elemento do executivo camarário.....	77
5.2. Entrevista com residentes em São Brás de Alportel.....	79
6. <i>STORYTELLING</i> COM OS RESIDENTES.....	84
CAPÍTULO V – CONCLUSÕES.....	89
Principais resultados do estudo .....	89
Implicações para a gestão do território .....	89
Pistas para investigação futura.....	91
BIBLIOGRAFIA DE BASE.....	93
APÊNDICES.....	105
Apêndice 1 - Guião de Entrevista com elemento executivo camarário .....	106
Apêndice 2 - Guião de Entrevista para os residentes com abordagem ao <i>Storytelling</i> .....	108
Apêndice 3 - Análise de conteúdo: Entrevista com elemento executivo camarário .....	110
Apêndice 4 - Análise de conteúdo: Entrevistas aos residentes .....	118
Apêndice 5 - Resumos das entrevistas com os residentes.....	143
Apêndice 6 - Mapas representativos das estórias na Serra.....	154
Apêndice 7 - Fotografias.....	161

## Índice de Figuras

Figura 2.1 - Experiência turística slow .....	20
Figura 3.1 - Critérios para garantir a qualidade de uma investigação qualitativa .....	50
Figura 3.2- Triangulação dos dados.....	54
Figura 3.3 - Tipos de Entrevistas .....	57
Figura 3.4 - Processo para a identificação dos sujeitos a investigar .....	66
Figura 3.5 - Princípios para a categorização .....	74
Figura 4.1 - São Brás de Alportel como Cittaslow .....	77
Figura 4.2 - Atividades/ Locais/ Produtos slow.....	78

Figura 4.3 - Atividades/ Locais/ Produtos com potencial slow	78
Figura 4.4 - Mapa representativo das estórias na Serra	85
Figura 4.5 - Mapa “Ida à Escola...”	85
Figura 4.6 – Mapa “Animais...”	85
Figura 4.7 - Mapa “Do grão ao pão...”	85
Figura 4.8 - Mapa “À Procura da água...”	85
Figura 4.9 - Mapa “Serra e Tradições...”	85
Figura 4.10 - Mapa “Crenças...”	85
1 - Escola Primária Parises (anos 70)	161
2 - A cavalo nos burros (19..)	161
3 - Ida à fonte e transporte da água em cântaros (anos 40-50)	162
4 - Dar água aos animais (anos 40-50)	162
5 - Alqueirando com macho e burro (1926)	163
6 - Debulha (1925)	163
7 - Moinho (1947)	164
8 - Moinho (19..)	164
9 - Ida ao poço com a besta (anos 40)	165
10 - Ida ao poço com a besta (1963)	165
11 - Lavando a roupa na ribeira (1925)	166
12 - Lavar roupa ribeira (1925)	166
13 - Lavar a roupa na ribeira (anos 40-50)	167
14 - Bailes (anos 50-60)	167
15 - Piqueniques (início século XX)	168
16 - Piqueniques (anos 30-40)	168
17 - Entrada do pavilhão Slow Food	169
18 - Mensagem The Tree of Food installation	169
19 - Caracol, símbolo slow	169
20 - Identificação dos locais que desenvolvem atividades slow	169
21 - Tirador de cortiça	170
22 - Cortiça extraída do sobreiro	170
23 - Pequena pilha de cortiça	170
24 - Cortiça vs. aranha	170
25 - Outro tirador de cortiça	170
26 - Cortiça empilhada	170
27 - Armazenamento de água em cantil de cortiça e cocharro	170
28 - Pilha de cortiça a rodear um sobreiro	171
29 - Prestando atenção aos cozinhados da avó	171
30 - Passeio com rebanho de ovelhas	172
31 - Borreguinhos	172
32 - Ovelhas vs. Ciclistas	172
33 - Abelha à procura de pólen para fazer o mel	172
34 - Veredas por onde se passava "algum dia"	172
35 - Sobreiral	172
36 - Paisagem	173
37 - Antigos Tanques de água	173
38 - Serra florida	173
39 - Serra	173
40 - Paisagem colorida	174
41 - Poço da madruca (Parises)	174
42 - Cores	174
43 - Simetrias	174

44 - Passeando pela Serra	174
45 - Várzea do Velho (monte totalmente abandonado)	175
46 - Rochas	175
47 - Fonte	175
48 - Liberdade	175
49 - Fauna e Flora	175
50 - Flora	176
51 - Tanque com pedras onde se lavava a roupa	176
52 - Barragem	176
53 - Nora antiga	176
54 - Cogumelos	176
55 - Joanhina	176
56 - Ribeira	177
57 - Rã na ribeira	177
58 - Passeio acompanhado com um pequeno rebanho de ovelhas	177
59 - Passeio acompanhado por um burrinho	177
60 - Horizonte	177
61 - Amoras silveiras junto a ruína de destilaria	178
62 - Fauna e Flora II	178
63 - Conversas	178
64 - Aglomerado serrano	178
65 - Horta no corgo	179
66 - Arbusto	179
67 - Serra à vista	179
68 - Fábrica de chouriças	179
69 - Sra. Albertina Brito	180
70 - Sr. José Ramos e Sra. Hortênsia	180
71 - Antiga moagem com recado "Não me deixes cair"	180
72 - Entrevistada Noémia Pires	180
73 - Interior da moagem	180
74 - Moinhos da Renda	180

## Índice de Tabelas

Tabela 1.1 - Organização do estudo	3
Tabela 2.1 - Barreiras que dificultam a opção pelo Slow Tourism	23
Tabela 2.2 - Tipologias do perfil do turista slow	33
Tabela 2.3 - Características gerais do turista slow	35
Tabela 3.1 - Polos temáticos Rota da Cortiça	45
Tabela 3.2 - Fases de Investigação	53
Tabela 3.3 - Categorias de estórias e principais características	61
Tabela 3.4 - Quadro resumo dos problemas existentes com estórias	64
Tabela 3.5 - Guião de entrevista com a responsável da Câmara Municipal	67
Tabela 3.6 - Guião de entrevista com abordagem ao Storytelling com residentes	70
Tabela 3.7 - Grelha Diário de Campo	72
Tabela 3.8 - Unidades de Contexto	75
Tabela 3.9 - Síntese da Metodologia	76
Tabela 4.1 - Principais atributos/ propriedades conferidos a cada categoria	79
Tabela 4.2 - Temáticas slow	82
Tabela 1 - Análise de Conteúdo: entrevista com elemento executivo camarário	110
Tabela 2 - Análise de conteúdo: entrevistas com residentes	118

## **Lista de Abreviaturas**

<b>et al. (et alia)</b>	e outros
<b>etc. (et caetera)</b>	e o resto
<b>UNWTO</b>	Organização Mundial do Turismo
<b>UNESCO</b>	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
<b>CM</b>	Câmara Municipal

## **CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO**

O *Slow Tourism* é uma forma de turismo assente no princípio da desaceleração do ritmo de vida durante as férias, um período de lazer e relaxamento durante o qual os turistas primam pelo respeito das culturas locais, da história e do meio ambiente, valorizando a responsabilidade social e celebrando a diversidade e a conexão entre as pessoas (turistas com outros turistas e com as comunidades de acolhimento). Caracteriza-se pelo prazer da descoberta, aprendizagem e partilha, representando uma experiência muito diferente (Heitmann et al., 2011: 117-119). Possui uma identidade que promove a sustentabilidade e o convívio, incide na luta contra a perda da autenticidade dos lugares, do senso de lugar, da hospitalidade, do descanso e da recuperação de energias (Woehler, 2004 in Conway et al., 2010: 332). Esta abordagem pode ser vista a partir de quatro perspetivas: a lentidão e o valor do tempo, a localidade e as atividades no destino, o modo de transporte e a experiência turística e a consciência ambiental (Krippendorf, 1984: 131).

A adoção da ótica e dos princípios de Marketing à gestão dos lugares privilegia o desenvolvimento sustentável dos territórios e das suas comunidades numa atitude de preservação e de valorização dos seus atributos diferenciadores e únicos. A afirmação da individualidade e das características distintivas (como a cultura da região e os seus costumes) dos lugares pressupõe o desenvolvimento de atividades económicas, sociais e culturais que concorram para o fortalecimento da atratividade e da competitividade turística dos lugares numa lógica de valorização da identidade regional (Hvass, 2014; Kotler et al., 2006; Metaxas: 2010; Ocke et al., 2014) e com impacto ao nível da qualidade de vida dos residentes (Renda, 2012).

Hoje em dia justifica-se a necessidade de se criar novas propostas de marketing, através da criação regular de novas experiências (ricas, emocionantes e significativas) que podem despertar o interesse dos turistas pelos locais. Através do imaginário é possível que, com as narrativas moldadas pelas culturas material e imaterial das comunidades, os turistas possam descobrir o território e guardar uma recordação memorável (Rodrigues et al., 2010: 217-218). Daí que exista a necessidade de colocar a comunidade de acolhimento a participar nos processos de planeamento e gestão dos destinos turísticos e na criação de produtos turísticos autênticos e sustentáveis, pois os residentes

compreendem, melhor do que ninguém, de que modo a região se pode adaptar à mudança. Além disso, os residentes são os mais afetados pelo turismo e tornam-se parte integrante do produto turístico (Simpson, 2008; Cawley et al., 2008; Scheyvens, 1999; Simmons, 1994 in Rodrigues et al., 2010: 223-224).

Neste estudo procurar-se-á, através das estórias contadas pelos residentes na Serra, criar um produto turístico *slow* e encontrar as temáticas que poderão interessar ao turista *slow*. Até porque segundo Hopkinson et al. (2006: 157), as estórias têm recebido cada vez mais atenção no campo do marketing, pois constituem um meio privilegiado de comunicação viva entre residentes e turistas *slow*.

As motivações da autora para a realização deste estudo têm a ver com as suas raízes familiares, onde as estórias e o campo sempre estiveram presentes. Também o seu percurso académico reflete o seu interesse por esta temática.

Esta dissertação assume como principal objetivo a recolha de estórias que possam vir a contribuir para o posterior desenvolvimento de produtos *slow* no âmbito de uma estratégia de marketing para a Serra Algarvia.

Relativamente aos objetivos específicos pretende-se:

- Caracterizar o estado da arte em torno de conceitos-chave, nomeadamente Marketing dos lugares, *Slow Tourism e Storytelling* dos residentes;
- Caracterizar o Algarve, a Serra Algarvia e o concelho de São Brás de Alportel em termos de oferta e de procura turísticas;
- Explorar, junto do poder político, de que forma o concelho de São Brás de Alportel, que tem certificação *CittaSlow* desde 2008, tem adotado estratégias com vista à implementação da filosofia inerente a uma *Cittaslow*;
- Recolher estórias junto dos informantes qualificados para o *Storytelling*;
- Identificar produtos/ atividades/ locais com potencial para desenvolver como produtos turísticos *slow* na Serra de São Brás de Alportel;

Numa primeira fase deste estudo exploratório utilizar-se-á uma estratégia metodológica que assenta na análise de dados secundários, nomeadamente em documentos oficiais publicados na CM de São Brás de Alportel e em publicações de carácter científico. Os dados recolhidos servem de fundamentação teórica a todo o estudo.

No que diz respeito ao estudo empírico, será realizada uma entrevista estruturada a elemento do executivo camarário, e entrevistas semiestruturadas etnográficas com uma abordagem ao *Storytelling* aos residentes da Serra.

Face à temática discutida com base na revisão de literatura e face à realidade do concelho de São Brás de Alportel no que diz respeito à adoção dos princípios inerentes à filosofia *slow*, surge a questão de partida desta investigação: Quais as narrativas peculiares do seu território que os residentes utilizam para apresentar a serra no concelho de São Brás de Alportel como território *slow*?

O estudo pretende contribuir para alargar o conhecimento e preencher a lacuna relativamente à falta de estudos que existem utilizando o *Storytelling* dos residentes, em vez dos visitantes como forma de desenvolver e promover um território *slow*, como é o caso da Serra Algarvia.

**Tabela 1.1 - Organização do estudo**

Capítulo I	INTRODUÇÃO	Parte introdutória da dissertação na qual se deixa antever o desenvolvimento do estudo, descrevendo o problema a investigar, as motivações que levaram ao estudo do tema proposto, o objetivo geral e os específicos, opções metodológicas e lacunas dos estudos já existentes.
Capítulo II	REVISÃO DE LITERATURA	Enquadramento teórico da temática no qual se procurará fazer um balanço sobre o que já foi produzido cientificamente sobre o tema em estudo, citando e comentando os trabalhos científicos considerados relevantes para dar suporte teórico à investigação, demonstrando a relevância do estudo e encontrando as ferramentas necessárias para a interpretação dos resultados obtidos. Neste capítulo explora-se as vertentes que levam o Movimento <i>slow</i> ao <i>Slow Tourism</i> e o <i>Slow Tourism</i> ao Marketing de Lugares.

Capítulo III	<b>METODOLOGIA</b>	Constituída por duas partes: apresentação do “ <i>Setting</i> ”, ou seja, o cenário e o contexto no qual se desenvolve o estudo, onde se poderá ter uma perspetiva do Movimento <i>Slow</i> no Algarve; apresentação, descrição e justificação da Estratégia Metodológica da pesquisa seguida na investigação. Como tal, explicitam-se os pressupostos teóricos e metodológicos, definem-se os objetivos, identificam-se e caracterizam-se os sujeitos de investigação (elemento executivo camarário e residentes da Serra), indicam-se as opções metodológicas e os procedimentos de recolha, tratamento e análise dos dados.
Capítulo IV	<b>RESULTADOS</b>	Procede-se à análise interpretativa dos dados recolhidos e tratados no capítulo anterior. Neste capítulo serão realçados os factos mais importantes do trabalho, indicando as aplicações teóricas ou práticas dos resultados obtidos. Serão referidas algumas limitações dos resultados e referências a outros estudos relacionados, fazendo recomendações para estudos posteriores. O capítulo encontrar-se-á subdividido em dois subcapítulos relativos às entrevistas (com elemento do executivo camarário e com os residentes) e ao <i>Storytelling</i> realizado com os residentes.
Capítulo V	<b>CONCLUSÕES</b>	Contemplam-se as considerações finais resultantes da reflexão sobre todo o processo investigativo. Apresentam-se, assim, os principais resultados do estudo, implicações para a gestão do território e pistas para desenvolvimentos futuros do trabalho.
	<b>BIBLIOGRAFIA DE BASE</b>	Inclui todas as referências e outras fontes que se considerou relevantes e que serviram de suporte na construção e fundamentação da dissertação.
	<b>APÊNDICES</b>	Onde se apresentam os instrumentos utilizados para a recolha de dados, bem como alguns exemplos do processo de tratamento dos mesmos, os mapas representativos das estórias na Serra, fotografias documentais alusivas às estórias recolhidas e fotos tiradas durante a investigação pela autora.

Fonte: elaboração própria

## CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA

### 1. DO MOVIMENTO *SLOW* AO *SLOW TOURISM*

O Movimento *Slow* representa uma revolução cultural contra a noção de que fazer as coisas mais rápido é sempre melhor. A filosofia *Slow* que, de acordo com o Euro Dicionário (1989: 226) significa lento, diz respeito à busca da melhor forma de se fazer as coisas na velocidade certa. Ou seja, fazer tudo tão bem quanto possível, em vez de tão rápido quanto possível, trata-se de uma mudança de paradigma em relação à gestão do tempo privilegiando-se neste caso, a qualidade em vez de quantidade (Honoré, 2004).

Virilio (1991 in Lumsdon et al., 2011: 267) argumenta que a velocidade é uma força destrutiva que altera as sociedades a um ritmo que será difícil de reverter. De acordo com Honoré (2004), a filosofia inerente ao movimento *Slow* proporciona as “coisas” que realmente nos fazem felizes: boa saúde, um meio ambiente bem conservado, comunidades e relacionamentos fortes.

O movimento *Slow* sustenta a aplicação do conceito *slow* a vários domínios da sociedade, nomeadamente à alimentação, às cidades e ao turismo. Para além disso este movimento pode inspirar ainda a criação de modelos de educação, produção literária e de gestão do dinheiro (...) (Slow Movement, 2015).

#### 1.1. *Slow Food*

O movimento *Slow Food* foi criado por Carlo Petrini, em 1986, sendo oficializado em 1989 quando o Manifesto *Slow Food* foi assinado. Este jornalista italiano, adepto de um estilo de vida saudável, refere que é inútil forçar os ritmos de vida, pois a arte de viver consiste em aprender a dar o *devido tempo às coisas*. Este movimento apareceu como forma de combater o estilo de vida *Fast Food* e o ritmo de vida acelerado, e surgiu em forma de protesto quando abriu um *McDonald* numa zona histórica de Itália. Houve ainda, na altura, um segundo acontecimento que encorajou a formação do movimento *Slow* que foi a morte de 19 italianos que beberam vinho barato, ao qual tinha sido misturado metanol. Este acontecimento alertou as consciências para a necessidade de

preservar a originalidade dos produtos e a forma tradicional de os transformar (Heitmann et al., 2011: 114).

A filosofia *Slow Food* partilha valores que se resumem ao consumo de comida boa, limpa e justa (“good”, “clean” and “fair” food). Ou seja, comida de qualidade, saborosa e saudável, concebida de forma a ativar todos os sentidos, e produzida com recurso a técnicas amigas do ambiente. A sua comercialização deve assentar em preços acessíveis, oferecer um retorno justo quer aos produtores quer aos consumidores (Schneider, 2008). Michael Poland (2008), num artigo intitulado *In Defense of food*, disponível no sítio do *Slow Food*, avisa: “não coma nada que a sua bisavó não reconheceria como comida”. A *Slow Food* é da terra, do povo, dos produtores e dos que desfrutam desta comida (Varley et al., 2015: 6).

Os membros do movimento *Slow Food* valorizam o conhecimento dos produtores tradicionais e a variedade de lugares onde são produzidos os alimentos, as receitas locais e os sabores (Biodiversity, 2009). O *Slow Food* foi uma forma de catalisar a regeneração das regiões onde os alimentos locais são reconhecidos e valorizados pela sua contribuição única de paladar (Hall, 2006). Os membros aderem à filosofia *Slow* diariamente, tornando-se este um modo de vida saudável, que cada um põe em prática quer na alimentação através da escolha de pratos saudáveis, confeccionados com alimentos frescos, quer nos seus comportamentos de compra, por exemplo, utilizando os mercados tradicionais.

Tal como refere Lee et al. (2014: 214), quanto ao estilo de alimentação em casa, os seguidores da *Slow Food* estão especialmente preocupados em obter os ingredientes certos e frescos para a preparação regular das suas refeições diárias os quais diferem diariamente e representam um ato de demonstração de amor pela família e amigos. Os seguidores estão cientes da relação entre a saúde e a alimentação pelo que adquirem sobretudo produtos orgânicos em mercados tradicionais, apoiando os produtores locais.

De acordo com o estudo feito por Lee et al. (2014: 215) os seguidores do movimento *Slow Food* apreciam a prática de atividades no seu destino de férias relacionadas com a alimentação. Destacam-se, por exemplo, as visitas a mercados locais onde poderão encontrar produtos gastronómicos e ingredientes autóctones, saborear a gastronomia local. Apreciam cozinhar durante as férias (daí que prefiram arrendar casas com

cozinhas ou ficar em albergues familiares) e a leitura de *menus* dos restaurantes tradicionais. Procuram fazer excursões e cursos de culinária no destino.

Karim et al. (2010: 540-541) numa pesquisa levada a cabo em três países, França, Tailândia e Itália, estudou as percepções dos viajantes em relação à comida atento a três dimensões: na cozinha, nos restaurantes e outras atividades turísticas relacionadas com a comida. Os resultados permitiram constatar que, em relação à alimentação na cozinha, são destacadas a variedade e a qualidade de alimentos, se são produzidos regionalmente, se têm uma apresentação atraente, quais os métodos exóticos de cozinhar e se a comida é deliciosa. Em relação às refeições em restaurantes, são valorizados aspetos como o preço justo para um jantar fora de casa, a existência de restaurantes atraentes, variados e facilmente acessíveis, simpatia do pessoal e *menus* em inglês. Existem outras atividades turísticas relacionadas com os alimentos que são valorizadas, nomeadamente a identificação de regiões de gastronomia e vinhos, pacotes turísticos relacionados com gastronomia e vinhos, experiências culturais únicas, oportunidade de visitar mercados de rua, os vendedores exclusivos de comida de rua assim como várias atividades alimentares, tais como aulas de culinária e visitas a quintas além de literatura específica sobre gastronomia e turismo.

Através do apoio da Associação *Slow Food* foi criada a Fundação *Slow Food* para a Biodiversidade que é uma organização sem fins lucrativos que atua em todo o mundo com projetos destinados a defender as tradições alimentares locais, proteger a biodiversidade local e promover produtos de qualidade em pequena escala. Esta Fundação coordena ainda outros projetos, apresentados de seguida.

A *Ark of Taste* (Arca do Gosto) é um repositório com uma ampla gama de diversas espécies de plantas comestíveis e animais que são protegidos nos seus ambientes naturais e tradicionais pelos guardiões. Alberga produtos alimentares de qualidade que estão em risco de extinção.

As *Presidia* (Fortalezas) foram criadas para proteger os pequenos produtores e para preservar a qualidade dos produtos artesanais.

Com o projeto *Earth Markets* (Mercados da Terra), a Fundação apoia o desenvolvimento, a difusão e a aplicação das relações entre os mercados de agricultores

tendo em vista reduzir o número de intermediários entre os produtores e distribuidores, o que irá diminuir a distância percorrida pelos alimentos, do campo à mesa.

A Fundação *Slow Food* também promove o intercâmbio de informações e conhecimentos entre os membros de diferentes comunidades produtoras de alimentação, através da participação no evento *Terra Madre*.

O movimento *Slow Food* promove a educação alimentar em grande parte através de *convivium*. A *convivia* trata-se de um grupo de pessoas interessadas em degustações, jantares e outros eventos cuja missão é ajudar as pessoas locais a aprender sobre comida e bom gosto. De referir que, segundo Heitmann et al. (2011: 123), a educação não está restringida ao gosto, mas inclui também outros sentidos tais como os aromas e as texturas. Os *convivia* ajudam a formar redes, muitas vezes entre consumidores e produtores. Outras atividades incluem apoiar as escolas na criação de hortas escolares e as crianças a aprender sobre o bom gosto. De acordo com Fogarty (2003), as *Slow Food Convivia* são definidas pela sua “incrível diversidade a qual reflete os traços locais distintivos das regiões...ajudando as comunidades a redescobrir as suas paisagens e os tesouros culinários e dar valor aos produtores”.

A Fundação promove também a criação de hortas nas escolas e em aldeias africanas, o que significa que as comunidades garantem um suprimento de alimentos frescos e saudáveis, mas também a formação de uma rede de líderes conscientes do valor da sua terra e da sua cultura, que podem servir como protagonistas de mudanças com impacto no futuro dos países.

Existe também a aliança de *Chefs Slow Food* que se trata de uma rede de *chefs* que defendem a biodiversidade alimentar em todo o mundo. Estes *chefs* apoiam os pequenos produtores (os guardiões da terra) usando os seus produtos. São convidados ainda a colocar os nomes dos produtores nos seus *menus*, para dar visibilidade ao trabalho dos mesmos.

Outro projeto da fundação são os *Labels* (rótulos) narrativos, onde os produtores se tornam protagonistas das histórias que são contadas sobre os produtos, ou seja, vão para além das exigências legais de rotulação.

De acordo com o movimento *Slow Food*, determinar a qualidade de um produto alimentar começa com a sua história, principiando com o lugar de origem: saber quando

uma espécie foi domesticada ou diversificada, onde uma variedade ou uma raça foi adaptada ou em que medida evoluiu naturalmente, onde um cultivo ou transformação técnica foi desenvolvida pela primeira vez. A origem, no entanto, não é suficiente. Devem também ser fornecidas informações sobre as características do meio ambiente e do lugar, sobre técnicas de processamento, métodos de armazenamento e comercialização, sustentabilidade ambiental e assim como as propriedades nutricionais e sensoriais. A defesa da biodiversidade não significa apenas uma melhoria da qualidade de vida, mas trata-se essencialmente de garantir a própria sobrevivência das comunidades locais.

Petrini (2001) já dizia que se só fossemos capazes de comer comida *Slow*, se não existissem restaurantes de *Fast Food* e supermercados com refeições preparadas, então todo o nosso estilo de vida teria que mudar.

Durante uma viagem de férias (ou por outra razão qualquer), alguns viajantes tendem a procurar tipos de alimentos semelhantes aos que comem em casa. Em contrapartida, haverá sempre aqueles que ficam entusiasmados por experimentar alimentos de outras culturas ou curiosos com comidas diferentes (Karim et al., 2010: 533).

Para Long (2004 in Karim et al., 2010: 533) saborear a comida dos outros é a forma como se pode realmente experimentar e aceitar uma cultura diferente, sem relutância. A comida autêntica e interessante tem significados psico-sensoriais, sociais e simbólicos (Bessière, 1998: 23) e é frequentemente associada à imagem do destino e constitui uma atração para os visitantes (Ab Karim et al., 2010: 533). O destino pode usar a comida para representar a sua "experiência cultural, *status*, identidade cultural e comunicação" (Frochot, 2003: 82). Os destinos ricos em património culinário devem concentrar-se em promover a sua gastronomia, bem como a sua experiência cultural única, desde que o alimento faça parte da cultura e do estilo de vida das pessoas (Karim et al., 2010: 550). Os alimentos também podem fazer parte de uma experiência memorável para os turistas e influenciar a sua decisão de visitar um destino (Quan et al., 2004: 298).

Petrini (2001) afirma ainda que é importante que os consumidores aprendam a valorizar a qualidade e a entender que, para se obter qualidade dos alimentos, poderão ter de pagar um preço mais elevado. O movimento *Slow Food* propõe um mecanismo de mercado que é local e autossuficiente, e elimina a necessidade de comida industrial (Pietrykowski, 2004).

## 1.2. *Cittaslow*

O conceito *Slow Food* evoluiu para o contexto urbano tendo sido entretanto fundado o Movimento *CittaSlow*, designado por *Slow City* ou *Cittá Lenta*, criado em 1999. Este foi definido como o movimento social urbano e um modelo para a governação local (Pink, 2008: 97). Esta filosofia respeita as pequenas realidades num mundo cada vez mais global, ou seja, segue a máxima “Pensar globalmente, agir localmente” (Feather, 1980). A Associação *CittaSlow* procura "cidades com cidadãos interessados, ricas em teatros, praças, cafés, oficinas, restaurantes, comércio local, hospedarias, lugares santos, cidades com paisagens intocadas e encantadoras, artesãos onde as pessoas ainda são capazes de reconhecer a lenta sucessão das estações do ano e apreciam o bom produto caseiro e genuíno, que respeita o gosto, a saúde e as tradições” (*Manifesto CittaSlow*, 1999: 21).

As *Cittaslow* procuram promover o diálogo e a comunicação entre produtores e consumidores locais. Têm bem assente as ideias fundamentais da conservação do meio ambiente, a promoção do desenvolvimento sustentável e a melhoria da qualidade da vida urbana, fornecem incentivos à produção de alimentos, utilizando técnicas naturais e amigas do ambiente. A designação *Cittaslow* torna-se, desta forma, o símbolo de qualidade de vida para as comunidades mais pequenas, como é o caso das cidades/municípios de pequena/média dimensão, ou seja, geralmente apenas aquelas que têm menos de 50 mil habitantes (*CittaSlow International Charter*, 2014: 8).

As *Cittaslow* e a *Slow Food* são uma forma de incentivar estilos de vida saudáveis e a criação de espaços descontraídos, preocupados com a obesidade, a saúde e o bem-estar dos seus residentes e dos turistas (Heitmann et al., 2011: 123; Yurtseven et al., 2011: 91). Através das redes *Cittaslow* são partilhadas as boas ideias, as experiências e os conhecimentos (Yurtseven et al., 2011: 91).

Para Nilsson et al. (2007: 2) a *Slow Food* pode ser vista como uma resposta à "homogeneização da globalização" e *Cittaslow* como uma reação à "globalização das nossas paisagens urbanas".

O desenvolvimento lento do destino não só pretende atrair os turistas *slow*, como apoiar também as formas de vida dos habitantes locais (Heitmann et al., 2011: 121). De acordo com a filosofia do *Slow*, através da adoção de formas de Turismo *Slow*, a preservação de edifícios históricos e áreas de pedestres poderá ser reforçada (Svård, 2013: 25). A

filosofia *Slow* trabalha na recuperação do *know how* perdido, fomentando a preservação e a valorização das tradições da cultura local e o aumento das conexões sociais dos moradores locais bem como dos turistas (Dell'Aglio, 2011: 18).

Este movimento pretende promover os prazeres de viver nas cidades, exigindo a remoção de quaisquer obstáculos físicos ou obstáculos culturais que possam impedir o pleno gozo de tudo o que a cidade tem para oferecer (Parkins et al., 2006). O movimento *Cittaslow* prevê a realização de um censo anual de produtos típicos locais, a conservação de eventos culturais locais, o desenvolvimento dos mercados locais em lugares interessantes e prestigiados da cidade, o apoio ao desenvolvimento da agricultura orgânica, o desenvolvimento de programas para aumentar as tradições gastronômicas locais e iniciativas que promovam a proteção de produtos e artesanato da área local (Mayer et al., 2006). Tudo isso contribui para salvaguardar a autenticidade dos locais.

As *Cittaslow* partilham o objetivo comum de contribuir para a sustentabilidade, que pode ser definida como a forma de sustentar a existência de todas as criaturas que vivem juntas em harmonia e sem qualquer ameaça uma para a outra (Ekinci, 2014:178). Os requisitos para a certificação *Slow Food* e *CittaSlow* incluem a prática de iniciativas que garantam um turismo sustentável, como a formação e a educação, a participação da comunidade e o uso de práticas amigas do ambiente tendo, desta forma, uma grande variedade de boas práticas agregadas ao seu conceito (Heitmann et al, 2009).

O estudo feito por Ekinci (2014: 179) mostra que seria possível realizar um desenvolvimento sustentável do turismo de uma forma mais sistemática e rápida se o número de *Cittaslow* no mundo aumentasse.

Não existe uma cidade igual a outra e, por isso, todos os requisitos de excelência necessários para que uma cidade seja certificada como uma *Cittaslow*, não serão todos preenchidos da mesma forma por todas as cidades. Como refere Heitmann et al. (2011: 125), os aspetos éticos, ambientais e económicos da gestão sustentável serão diferentes nos vários países com base em motivações, estrutura e evolução das necessidades políticas. Na *CittaSlow International Charter* (2014: 27-29) estão definidos os 72 critérios de excelência e as orientações detalhadas sobre os requisitos (sendo que nem todos são obrigatórios) e estão distribuídos pelas seguintes categorias: políticas de meio ambiente, políticas de infraestruturas, tecnologias para a qualidade urbana, valorização

das produções autóctones, consciência dos cidadãos, coesão social, e parceria (trabalho em parceria/redes).

Combinando os seis pilares do Charter *Cittaslow*, estes contribuem para a ideia holística de gestão e desenvolvimento sustentável, porque incorporam aspetos chave no processo de planeamento: ambiente, economia e comunidade (Heitmann et al., 2011: 122).

De acordo com Nilsson et al. (2007), além do marketing externo, o conceito *Slow* também é uma ferramenta útil no marketing interno. O movimento é guiado por um conjunto integrado de pensamentos que exigem o envolvimento da comunidade e de parcerias locais, e ainda envolve mudanças no estilo de vida, valores e atitude, tanto para o conceito *Slow*, como para o turismo. Como os habitantes locais são uma parte importante da criação de um ambiente atraente para os turistas, estes poderão levar a uma valorização da cultura local e do património entre os habitantes locais que, assim, incentivam a participação local no turismo e atingem um fortalecimento da identidade local.

Segundo Ekinci (2014: 184-185) um dos indicadores mais importantes da qualidade de vida e bem-estar dos residentes, no contexto de uma *Cittaslow*, é a existência e comprimento de caminhos pedonais e de estradas. A existência de alojamento suficiente e variado para atender as necessidades dos visitantes o que, nos destinos turísticos, é compreendido como um indicador para avaliar a qualidade que torna as cidades visitáveis e habitáveis.

De referir que a população de uma *CittaSlow* deve ser envolvida de modo a que todo o processo seja conduzido da melhor maneira e, desta forma, os cidadãos queiram fazer de tudo para que a sua cidade seja o mais sustentável e agradável possível, pois são as pessoas que dão a conhecer aos outros a sua cultura, sendo isto uma forma das populações renovarem o orgulho que têm nas suas tradições (Ekinci, 2014: 186).

De acordo com Lee et al. (2015: 5) é possível que os que não são membros *Slow Food* não tenham conhecimento da noção de *Cittaslow*, o que nos leva à questão de que este movimento pode ainda não ter sido bem divulgado.

Heitmann et al. (2011: 121) refere que em termos de recursos específicos do destino, as atrações encontram-se principalmente assentes nas construções de património cultural, tais como os edifícios históricos, as ruas pedonais, os mercados de rua e a gastronomia.

Enquanto o foco tem sido mais no lado da oferta e menos no lado da procura, o marketing ainda não foi explorado por qualquer *Cittaslow*. Esta omissão pode até ser intencional, a fim de evitar o excesso de turismo, ou então, devido a uma falta de habilidades.

De acordo com a Associação *Cittaslow* (2015) o movimento *Cittaslow*, para além de interessado no conceito *Cittaslow*, também está envolvido em projetos relacionados com a divulgação e compreensão do conceito, como as alterações climáticas, a sustentabilidade ambiental, os ecossistemas sustentáveis, o desempenho económico e desenvolvimento social, e a energia sustentável. Portanto, segundo Ekinici (2014: 181 e 185), a filosofia *Cittaslow* oferece um modelo altamente benéfico para uma cidade disposta a estar em harmonia consigo mesma e arredores, disposta a integrar os seus valores tradicionais, respeitar a natureza e a sua história, com uma infraestrutura forte, com conexões institucionais e colaborações de alto nível e que, além de poder competitivo, tenha também a sustentabilidade ambiental e uma estrutura de cidade única para além da sua modernidade. Na verdade, todas as cidades que adotam e praticam esta filosofia estão a implementar práticas compatíveis com o desenvolvimento sustentável do turismo.

Existem, no entanto, muitos desafios que se colocam às cidades candidatas os quais poderão obstar a que se tornem uma *Cittaslow*. Alguns deles são os seguintes: os aspetos financeiros (custos decorrentes de instalações de saneamento de águas residuais urbanas ou coletivas, sistemas para controlar e reduzir a poluição eletromagnética, luminosa e de ruído, sistemas de gestão ambiental). Ao nível dos recursos humanos, um fator muito importante para o sucesso de qualquer atividade, as comunidades potenciais podem não ter o pessoal necessário e treinado para realizar planos e projetos que atendam aos rigorosos requisitos para a adesão. Por fim, a conquista do título de *Cittaslow* é apenas o início de um novo processo de gestão da cidade. A continuidade do esforço com a implementação de práticas compatíveis é vital, pois todo o trabalho posterior está dependente da sustentabilidade das normas (Ekinici, 2014: 182).

De acordo com o referido pelo secretário-geral da Associação *CittaSlow*, numa entrevista realizada por Ekinici (2014: 182), "desde o início, em Outubro de 1999, começámos a promover um projeto de qualidade e padrão para as pequenas ou médias cidades. Nós não estamos apenas interessados no crescimento rápido do número de

membros, procuramos principalmente melhorar a qualidade e propor estilos de vida confortáveis a nível local. Agora, estamos aumentando em número, mas é uma seleção natural: se estivermos abertos a todos os candidatos corremos o risco de destruir o nosso conceito. Nós preferimos crescer lentamente. Não há fatores inibidores: nem todas as cidades poderão tornar-se uma *Cittaslow* mas, em qualquer caso, estamos a trabalhar para inspirar todas as cidades a se tornarem mais *Cittaslow*”.

Heitmann et al. (2011: 117) afirmam que os movimentos *Slow Food* e *Cittaslow* defendem uma consciencialização das alterações que a sociedade moderna tem trazido, que, neste contexto, incluem os avanços tecnológicos que resultaram em economia de tempo e, como consequência, também resultaram numa sociedade moderna que se caracteriza por ser rápida. Os autores referem que a preservação do património cultural incentiva a produção local de bens com suporte para empresas independentes, sendo estas algumas das questões-chave para uma cidade lenta. Acrescentam, ainda, que o impacto da comercialização e do desenvolvimento do turismo de massa deve ser desencorajado e, se possível, evitado. No entanto, o *Slow Tourism* não pode ser considerado um nicho do turismo mas este representa uma democratização do controlo e benefícios do desenvolvimento do turismo (Conway et al., 2010: 333). A crescente preocupação com o meio ambiente local é demonstrado através da promoção de modos de transporte sustentáveis e, com base nas ideias do movimento lento, os mesmos princípios e filosofia podem, portanto, ser facilmente aplicados ao turismo.

### **1.3. *Slow Tourism***

Heitmann et al. (2011: 117-118) afirmam que o *Slow Tourism* se trata de uma forma de turismo que respeita as culturas locais, a história, o meio ambiente e valoriza a responsabilidade social enquanto celebra a diversidade e a conexão entre as pessoas (turistas com outros turistas e com as comunidades de acolhimento). Caracteriza-se pelo prazer da descoberta, aprendizagem e partilha. Esta desaceleração do ritmo de férias oferece oportunidades para interagir e conectar com as pessoas e os locais a um nível mais profundo. Isto facilita uma exploração mais detalhada do ambiente cultural em que as férias estão a ocorrer e resulta numa experiência mais gratificante e inesquecível para os participantes.

As viagens e o *Slow Tourism* foram concebidos para descrever uma nova forma de viajar, de modo a criar um futuro mercado sustentável para o turismo, assente numa

combinação de modos de transportes reduzidos em carbono e incentivando o gozo da viagem com um profundo envolvimento com os alimentos locais, as culturas e as comunidades (Dickinson et al., 2010 in Smith, 2012: 6). Mintel (2011 in Smith, 2012: 7) também concluiu que a viagem *slow* representa as viagens efetuadas para um destino, através de comboio, autocarro, barco ou de bicicleta, juntamente com a exploração da área em torno desse destino, incluindo a interação com as pessoas, lugares, cultura e comida.

Existe uma espécie de ciclo que pode ser chamado de ciclo de lazer no seio da sociedade industrial: as pessoas viajam a fim de recarregar as baterias e recuperar a sua força física e mental. Nessa viagem, usufruem do clima, da natureza e das suas paisagens, da cultura e das pessoas nos lugares que visitam, "zonas de terapia" para esse efeito. Ao voltar para casa, os viajantes sentem-se mais ou menos aptos a desafiar a vida quotidiana até a próxima viagem. Contudo, as pessoas querem sair de novo, e ainda mais frequentemente, porque a vida não pode ser feita de algumas semanas de férias e fins de semana (Krippendorf, 1987: xv). A vida é vivida como uma jornada onde dualismos de trabalho e lazer, viagens e residência, apego e liberdade se confundem (Gelter, 2000 in Varley et al., 2015: 85).

Yurtseven et al. (2011: 91) diz que para ser genuíno, o *Slow Tourism* deve seguir dois princípios essenciais: ter tempo e criar apego a um lugar em particular. Ter tempo significa a modificação da relação de tempo diária, especificamente uma perceção diferente da natureza e viver em harmonia com um lugar, os seus habitantes e a sua cultura. O tempo livre torna-se, muitas vezes, numa oportunidade imaginada para uma reconexão com noções românticas de experiências ricas e significativas (Varley et al., 2015: 76).

As qualidades de uma aventura *slow* incluem tempo, natureza, passagem e conforto. A aventura *slow* requer um sério compromisso de tempo e energia. O tempo é, inevitavelmente, um importante componente experimental, e a consciência da passagem do tempo durante as viagens ao ar livre é sentida durante a passagem da viagem em si, e através da mudança natural, como a luz do dia e a escuridão da noite, as marés e as condições meteorológicas. Na aventura *slow*, o tempo não se limita a passar, mas é sentido, em ritmos corporais de cansaço, sono, vigília, e esforço. No contexto *Slow Tourism*, as caminhadas proporcionam encontros com plantas, animais e características

geológicas as quais podem fornecer uma história ambientada no tempo e num ambiente particular, vivenciando com alegria aquele destino (Varley et al., 2015: 82-84).

Quanto ao meio ambiente este não é apenas percebido através da visão, mas usando os cinco sentidos, experimentando os sons, o toque, o gosto e o cheiro do mundo natural e da paisagem cultural (Speakman, 2005: 134). Andar a pé, como refere um entrevistado por Lumdson (2011: 272), é a única atividade que envolve os cinco sentidos, ou, pelo menos, quatro estão muito envolvidos: a pessoa pode ver, ouvir, há o toque porque se está literalmente de pé em cima das pedras, o gosto como o sabor do vento frio nos lábios, e o cheiro, que são muito fortes.

De acordo com Smith (2012: 20), as viagens *slow* têm sido associadas a altos níveis de envolvimento com a comunidade e as obrigações morais para com os viajantes *slow* sugerindo sensibilidade ética e medidas anti consumistas.

Segundo Heitmann et al. (2011: 114 e 118), o *Slow Tourism* pode ser discutido a partir de várias perspectivas, como o comportamento do consumidor (atitude na viagem e escolha de transporte), o marketing (*Slow Tourism* como um produto que requer uma discussão sobre o valor que o rótulo *slow* atribui a um produto ou um serviço) ou através da perspectiva do turismo sustentável.

A *UNWTO* et al. (2005: 11) define o turismo sustentável simplesmente, como o “turismo que tem plenamente em conta os atuais e futuros impactos ambientais, económicos e socioculturais, abordando as necessidades dos turistas, da indústria, do meio ambiente e das comunidades de acolhimento.” Será de referir que o turismo sustentável é uma forma de turismo que requer um compromisso de todas as partes interessadas.

Lerner et al. (2000: 79-80) referem uma lista dos recursos turísticos que se podem associar ao conceito *slow*. Por um lado, há os recursos naturais do turismo: o clima, a morfologia e geologia do território, a cobertura vegetal, os monumentos naturais, as nascentes de água quente, a água curativa, as praias, as belezas naturais, as formações geológicas, os recursos de água potável e as espécies animais. Por outro lado, existem os recursos avançados do turismo: a mão-de-obra qualificada, as fontes de informação, de transporte, de saneamento e de águas residuais, a eletricidade e os sistemas de comunicação, as infraestruturas e superestruturas, como por exemplo, aeroportos,

*resorts*, hotéis, motéis, restaurantes, centros comerciais, áreas de lazer, parques aquáticos e museus. O turismo sustentável exige a preservação dos recursos naturais e, levando em consideração a sustentabilidade, o desenvolvimento dos recursos avançados.

Numa outra versão dos recursos turísticos, Welford et al. (2004: 412) afirmam que o produto/serviço embalados e vendidos pelo sector do turismo depende da existência de mares limpos, montanhas intocadas, água não poluída, ruas limpas, prédios e sítios arqueológicos bem conservados e diferentes tradições culturais.

Neste contexto, a UNWTO (2005: 19) faz novas propostas concretas que indicam que o turismo sustentável deve: fazer o melhor uso dos recursos ambientais e, assim, deve manter os processos ecológicos essenciais que ajudam a conservar o património natural e a biodiversidade; respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades de acolhimento, conservar o seu património cultural e valores tradicionais, assegurar operações económicas viáveis, a longo prazo, proporcionando benefícios socioeconómicos para todas as partes interessadas no contexto de uma distribuição justa da estabilidade do emprego, oportunidades de criação de rendimento, serviços sociais às comunidades anfitriãs; proporcionar meios para a ampla participação de todos os interessados, bem como uma forte liderança política para garantir a ampla participação e formação de consenso, manter um nível alto de satisfação do turista e garantir uma experiência significativa para os turistas, sensibilizar os turistas sobre as questões da sustentabilidade e promover as práticas de turismo sustentável.

A viagem *slow* foi motivada por considerações ambientais que impregnavam muitas das escolhas de estilo de vida (Dickinson et al., 2011: 287). Este tipo de viagem encontra-se intimamente relacionada com o turismo de baixas emissões de gases na medida em que incentiva o uso de formas menos intensivas de energia em viagem e alojamento, trazendo menos impactos ambientais (Lumsdon et al., 2011: 273).

Segundo Dickinson et al. (2011: 285) fazer viagens menos distantes e menos frequentes também é importante, o *Slow Tourism* é visto como o abrandar (Lumsdon et al., 2011). Com isto pretende-se mudar a mentalidade das pessoas, para que prefiram qualidade ao invés de quantidade, o que significa que terão menos experiências, mas que as que têm se tornem mais memoráveis e imersivas no modo de vida do local que visitam.

A viagem *slow* conta com estadias mais longas nos destinos e dando preferências às empresas locais que garantam maiores benefícios económicos para as economias locais (Caffyn, 2009; Heitmann et al., 2011 in Smith, 2012: 8). Nistireanu et al. (2011) para além de referir que se deve passar pelo menos uma semana de férias num lugar, diz que se deve optar por ficar perto de casa e olhar ao que se tem de imperdível em seu redor.

De acordo com Dickinson et al. (2011: 295), o turismo é um dos mecanismos através dos quais as pessoas são capazes de apresentar a sua identidade aos outros. Neste sentido existe um potencial para desenvolver novas estórias sobre viagens de turismo que orientam as pessoas para práticas mais sustentáveis.

O interesse do consumidor é um ponto distintivo no *Slow Food*, nas *Cittaslow* e posteriormente no *Slow Tourism*. Daqui resulta uma eventual segmentação do mercado, onde os produtos e serviços de qualidade se encontram voltados para o consumidor (ambientalmente ou culturalmente) consciente (Heitmann et al., 2011: 122).

Svärd (2013: 17) diz que o Turismo Responsável é o ancestral mais próximo do *Slow Tourism*, pois partilham valores semelhantes. Contudo o conceito de tempo é essencial no *Slow Tourism*, ao contrário do turismo responsável. Existe também o Turismo Comunitário que partilha de muitos dos valores do *Slow Tourism*, trata-se de um turismo mais vocacionado para o relacionamento, envolvimento e aprendizagem acerca das singularidades locais do espaço e das pessoas, o que leva a experiências autênticas entre os turistas e os residentes, preservando a dinâmica natural da comunidade visando a sustentabilidade da mesma (Santos, 2010: 119, 127).

O *Slow Tourism* pretende remover a noção de que existem atrações imperdíveis e aquela necessidade de ver tanto quanto for possível. Contudo não se deve ficar com a ideia de que um turista que fica numa praia durante uma semana está a fazer uma viagem *slow*. Em vez disso, o *Slow Tourism* representa uma experiência muito diferente, que inclui alguns dos lugares imperdíveis, embora visitados com mais tempo e no sentido de estabelecer uma relação verdadeira com a sua comunidade de acolhimento (Heitmann et al., 2011: 119).

Para Mei (2014: 73) o *Slow Tourism*, esta "nova" forma de turismo, coloca uma forte ênfase na experiência. Pine et al. (1999 in Mei, 2014: 73) sugerem que as experiências são puramente subjetivas e podem abranger qualquer evento no destino, o que se poderá

traduzir em experiências memoráveis. Um turismo do futuro...caracteriza-se pela flexibilidade, segmentação e experiências de turismo mais autênticas (Poon, 1994: 91).

Em qualquer dos casos, a adesão ao movimento *slow*, ao contribuir para maximizar o prazer e a qualidade do tempo fora do trabalho em detrimento da quantidade de experiências consumidas (o que muitas vezes domina as férias numa tentativa frenética para ver e fazer tudo), a um abrandamento do ritmo das férias e à promoção da inclusão na localidade (Conway et al., 2010: 332).

O *Slow Tourism* incentiva os residentes e visitantes a compartilharem as características mais peculiares do território com curiosidade positiva e recíproca (Mendes, 2011: 29).

De acordo com Woehler (2004 in Conway et al., 2010: 332) o *Slow Tourism* possui uma identidade que promove a sustentabilidade e o convívio, incide sobre a luta contra a perda de traços distintivos dos locais no que se refere ao lazer, senso de lugar, hospitalidade, descanso e recuperação. Segundo Radstrom (2005), o termo *Slow* poderá ser mal interpretado, como sendo associado ao desenvolvimento lento ou a antítese do progresso e do desenvolvimento.

Para Dell'Aglio (2011: 61-64), a experiência turística *slow* (figura 2.1) deverá cumprir seis dimensões para ter sucesso: *Contamination, Authenticity, Sustainability, Time, Length* e *Emotion* (CASTLE).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Segundo Pine et al. (1999) existem quatro dimensões da experiência turística: *Entertainment, Education, Esthetics* e *Escapism*. Estas dimensões são diferenciadas pelo grau de participação do turista que pode variar desde uma participação ativa a uma participação passiva, e pelo grau de envolvimento emocional na experiência que varia desde a imersão à absorção.

O Entretenimento (*Entertainment*) requer que a oferta chame e ocupe a atenção dos consumidores (absorção passiva).

A Educação (*Education*) trata-se de fornecer experiências educativas, onde o turista deve aumentar o seu conhecimento e/ou capacidades através de eventos/ atividades educativos que envolvam ativamente a mente ou o corpo (absorção ativa).

A Estética (*Esthetics*) tem a ver com experiências estéticas, onde o turista disfruta através dos seus sentidos do facto de estar no destino sem afetar ou alterar a natureza do ambiente (imersão passiva).

O Escapismo (*Escapism*) está relacionado com experiências de escape, onde os turistas viajam para um local específico e participam em atividades que fazem o seu tempo valer a pena (imersão ativa).

A combinação destas quatro dimensões possibilita experiências turísticas únicas.

Figura 2.1 - Experiência turística *slow*



Fonte: Elaboração própria com base em Dell'Aglio (2011: 61-64)

A Contaminação (*Contamination*) refere-se ao lado educacional do *Slow Tourism*. As relações de intercâmbio entre as pessoas devem ser consideradas a todos os níveis, visitantes e habitantes locais (não só autóctones), convidados e anfitriões, hóspedes e convidados.

A Autenticidade (*Authenticity*) é a característica de um lugar, que cria e oferece uma experiência não-artificial, a qual está fortemente relacionada com a cultura e as tradições locais através de elementos específicos. A autenticidade, a partir da perspectiva do *Slow Tourism*, salienta as diferenças e concentra-se em acolher os hóspedes dando-lhes a entender que, com todas as suas particularidades, o lugar onde se encontram é único.

A Sustentabilidade (*Sustainability*) trata-se do impacto da atividade turística sobre o meio ambiente local, promovendo valores ambientais, sociais e culturais. *Slow Tourism* enfatiza a necessidade de uma abordagem sustentável a longo prazo, ou seja, ecologicamente leve, economicamente conveniente, praticado de forma ética e socialmente justa para o hóspede e a comunidade local.

O Tempo (*Time*) trata-se da capacidade para proporcionar ao hóspede o momento e o tempo certos para experienciar o destino. Do ponto de vista da oferta, o tempo deve ser dedicado a organizar, analisar, compreender e aplicar melhorias de qualidade para os clientes e funcionários. Quando o tempo está no ritmo certo, a interação é mais profunda e os desejos e pensamentos dos clientes são ouvidos.

A Abrangência (*Length*) é sinónimo de produtos turísticos *slow* não massificados, que devem ser vividos confortavelmente e capazes de acolher os hóspedes numa experiência envolvente com o destino, reduzindo a quantidade de produtos consumidos, mas privilegiando a sua qualidade.

A Emoção (*Emotion*) decorre da experiência, não apenas durante a visita, mas também após o regresso a casa, e é consequência dos momentos memoráveis que foram vividos durante a estadia. O verdadeiro envolvimento e a vivência de uma experiência gratificante são aspetos fundamentais. Na melhor das hipóteses, a emoção é compartilhada por todos os interessados, quer habitantes locais quer hóspedes. A emoção ajuda na construção da identidade dum destino.

Através destas experiências, os turistas *slow* conhecem as outras culturas na sua verdadeira essência. De referir que o mesmo destino poderá ser experienciado de forma diferente por pessoas diferentes, daí que seja essencial que o turista *slow* faça a sua viagem totalmente de acordo com os seus gostos para que se torne numa viagem memorável.

Krippendorf (1984: 131), um dos fundadores do turismo sustentável, que já era um defensor do conceito *Slowness* (lentidão) mesmo antes deste ser associado ao turismo, já dizia: "Desligue a máquina do tempo. Tire o relógio. Livre-se da pressão do tempo, do prazo, da agenda. Fuja do tempo". Esta abordagem pode ser vista a partir de quatro perspetivas: a lentidão e o valor do tempo, a localidade e as atividades no destino, o modo de transporte e a experiência turística e, finalmente, a consciência ambiental.

Nilsson et al. (2007 in Heitmann et al., 2011: 121) afirmam que os movimentos *Slow Food* e *CittaSlow* não estão diretamente orientados para o turismo. Contudo, podem ser transferidos para o turismo local, com impacto no desenvolvimento do destino e ao mesmo tempo que a marca *Slow* pode trazer uma reputação de qualidade. Deste modo poder-se-á atrair turistas que andam em busca de ofertas turísticas de qualidade.

No *Slow Tourism* não se seleciona o meio de transporte apenas tendo em conta o tempo, mas também se consideram as suas escolhas a partir de um ponto de vista de sustentabilidade (Svärd, 2013: 18). Heitmann et al. (2011: 119) referem que o *Slow Tourism* requer o uso de formas de transporte mais lentas e amigas do ambiente. A título de exemplo referem os transportes públicos disponíveis nos destinos. Contrariamente a esta ideia existe o transporte aéreo que é considerado um símbolo da globalização e, portanto, um antídoto para a lentidão. Visto que este tipo de turismo também é caracterizado por um envolvimento mais ativo dos turistas, as caminhadas e o ciclismo são formas de transporte que incentivam o turista a se envolver mais com o destino (Fullagar et al., 2012 in Smith, 2012: 14), a paisagem e o ambiente local ao mesmo tempo que facilitam as deslocações no território. Além disso, existem ainda os pequenos barcos e as antigas ferrovias que, contudo, poderão ser opções relativamente poluidoras do ambiente.

Hodgkinson (2012: 15) afirma que a viagem *slow* proporciona uma oportunidade para o *inscape*, que o autor descreve como um pensamento introspetivo, profundo e produtivo vocacionado para a auto-transformação.

Existem, contudo, questões de inconsistências, contradições ou paradoxos no seio do conceito de viagem *slow*. Muitos turistas que participam nestas formas de turismo chegam aos seus destinos através de modos de transporte menos sustentáveis, como aviões e automóveis, e mantêm-se conectados com o mundo através de telemóveis ou computadores (Le-Klahn, 2014: 172).

Em relação às tecnologias, Karim et al. (2010: 545) divulgaram no seu estudo que os viajantes consideram que as fontes de informação são cada vez mais importantes para influenciarem as suas decisões de visitarem os destinos. Acrescentado a esta ideia, Dickinson et al. (2011: 291) referem-se a uma comunidade emergente de viajantes *slow* que está a aumentar a sua presença na *web online*, incorporando as tecnologias móveis.

As viagens aéreas estão inevitavelmente relacionadas com escolha do destino acabando por interferir na total absorção de viagem *slow* (Rheinberger et al., 2007: 154).

Para Smith (2012: 23) os principais impedimentos ao uso de modos de transporte lentos (as caminhadas e o ciclismo) são os baixos níveis de aptidão pessoal e as barreiras psicológicas, o medo do crime, o clima desfavorável e a relutância em circular no

tráfego. Barreiras ao *Slow Tourism* têm sido sugeridas. Referem os aumentos previstos no custo do transporte aéreo, melhoria das tecnologias de comunicação e o incentivo que representam para viajar menos vezes continuando a trabalhar durante as férias (Buckley, 2011: 329). Hoje em dia tem sido referida a dificuldade de fazer uma reserva para férias sem que o pacote inclua os voos e as refeições (Dickinson et al. 2010: 296). Rawlinson (2011) acrescenta as razões orçamentais dos turistas para entrarem no movimento *slow*, sendo que o autor acentua o interesse em pesquisar a relação entre a distância a ser percorrida e o preço de certos meios de transporte em relação ao tempo gasto para chegar e deslocar-se no destino.

Perante este cenário, para Markwell et al. (2012: 402), as oportunidades para as viagens *slow* são restritas a uma minoria que tem tempo e recursos financeiros disponíveis. Pois a viagem *slow* é associada a um luxo, uma "opção privada para os privilegiados" (Parkins, 2004: 366).

Apresenta-se de seguida a tabela 2.1 com um resumo de algumas das barreiras referidas que dificultam a opção pelo *Slow Tourism*.

**Tabela 2.1 - Barreiras que dificultam a opção pelo *Slow Tourism***

Barreiras que dificultam a opção pelo <i>Slow Tourism</i>	Autores
<b>Modos de transporte menos sustentáveis (aviões e automóveis em detrimento das caminhadas e ciclismo)</b>	Le-Klahn, 2014: 172; Rheinberger et al., 2007: 154; Smith, 2012: 23; Buckley, 2011: 329; Rawlinson, 2011; Markwell et al., 2012: 402
<b>Conexão com o mundo através das tecnologias de comunicação (telemóveis e computadores)</b>	Le-Klahn, 2014: 172
<b>Falta de tempo disponível para férias</b>	Buckley, 2011: 329; Markwell et al., 2012: 402
<b>Dificuldade de se fazer uma reserva sem que inclua um pacote de voos e refeições</b>	Dickinson et al., 2010: 296
<b>Falta de recursos financeiros</b>	Rawlinson, 2011; Markwell et al., 2012: 402; Parkins, 2004: 366

Fonte: elaboração própria com base nos autores referidos

### **1.3.1. Manifesto *Slow Travel Europe***

Molz (2009: 283), na sua análise das relações entre turismo, ritmo e modernidade, descobriu que a aceleração foi associada a conceitos como "sucesso", "beleza" e

"liberdade", enquanto a lentidão foi associada a formas "erradas" ou "indesejáveis" de viajar. Contudo, críticas e dificuldades à parte, o manifesto do *Slow Travel Europe*, proposto por Gardner (2009: 12) refere alguns dos princípios orientadores para quem esteja interessado em explorar as opções da viagem *slow*.

- Comece em casa. A chave para a viagem *slow* é um estado de espírito, que pode ser desenvolvido em casa. Trata-se de ter a coragem de não seguir o caminho da multidão.
- Viagem *slow*. Evite aviões, se possível, e, desfrute de *ferries*, autocarros, comboios locais lentos, bicicleta, ou até mesmo do burro. A velocidade destrói a ligação com a paisagem. O *Slow Tourism* restaura-o.
- Pode aguardar ansiosamente pela chegada ao destino escolhido, mas não deixe a antecipação eclipsar o prazer da viagem.
- Visite mercados e lojas locais.
- Saboreie a cultura do café. Sente-se num café, e torne-se parte da paisagem urbana e não apenas um observador de passagem.
- Tire um tempo para começar a aprender as línguas e dialetos das áreas que visita. Aprenda algumas frases, use um dicionário e compre um jornal local.
- Envolver-se com as comunidades. Escolha as opções de alojamento e de alimentação que são apropriados para o local por onde está viajando.
- Faça o que fazem os locais, não só o que os guias dizem.
- Saboreie o inesperado. Comboios atrasados ou conexões de autocarros perdidas criam novas oportunidades.
- Pense no que pode oferecer às comunidades que visita.<sup>2</sup>

Lumdsom et al. (2011: 274) refere que os especialistas em viagens devem prestar uma atenção considerável no elemento pós-férias, em termos de memórias.

De referir também que o aumento da viagem *slow* reflete-se na abundância de narrativas e imagens de viagens *slow*, popularizado através de novos meios de comunicação (Fullagar et al., 2012 in Smith, 2012: 17).

---

<sup>2</sup> O conceito descrito por Gardner (2009: 11) como "fazer escolhas conscientes" no Manifesto *Slow Travel*, inclui retribuir às comunidades visitadas.

*Slow Tourism* vê-se como uma alternativa significativa para sol e mar e do turismo cultural (Lumsdon et al., 2011). Tal como refere Conway et al. (2010: 339), sendo que houve um crescimento rápido e desenfreado do turismo de massa nas zonas costeiras mais acessíveis e mais favorecidas pelos prazeres do sol, mar e areia, o que se traduziu na preservação de zonas de interior e de zonas costeiras inacessíveis, as quais, por isso, mantiveram muito da sua autenticidade, forças comunitárias e ambiente de ritmo mais lento.

## **2. DO SLOW TOURISM AO MARKETING DE LUGARES**

### **2.1. Marketing de Lugares**

No Marketing de lugares, cada localidade sente a necessidade de se diferenciar das outras, de modo a afirmar a sua individualidade e as suas características distintas, desenvolvendo atividades de fortalecimento da atratividade e competitividade de um lugar nos âmbitos económicos, políticos ou psicossociais das regiões (Ocke et al., 2014: 671).

O Marketing dos Lugares é referenciado como uma abordagem de gestão que persegue o desenvolvimento sustentável dos locais, visando satisfazer os segmentos-alvo (atuais e potenciais), com o intuito de criar ou gerar valor positivo para os envolvidos, bem como fortalecer a atratividade e a competitividade de um lugar com foco nos mercados externos e internos (Ocke et al., 2014: 672). Trata-se, portanto, do processo de planeamento, pesquisa, implementação, controlo e avaliação de programas dos lugares que se esforçam para satisfazer as necessidades e desejos dos viajantes (Morrison, 2013, in Hvass, 2014: 174).

Na literatura, o *marketing* de lugares é descrito através de três principais perspetivas, a de promoção, de planeamento e do *branding* do lugar (Ocke et al., 2014: 671).

#### **2.1.1. Perspetiva promocional – *place promotion***

A atividade promocional (isto é, de comunicação) é vista como uma ferramenta para a comercialização de cidades (Ocke et al., 2014: 673). Esta perspetiva permite compreender que é necessário diagnosticar e construir a identidade dos lugares a fim de gerir corretamente a sua imagem. Esse aspeto relaciona-se com a perspetiva de *branding*, em que se sugere que as características dos lugares podem diferenciá-los uns dos outros num cenário competitivo (Ocke et al., 2014: 676).

A crescente mobilidade de pessoas cada vez mais propensas a usufruir de momentos de lazer impulsionou o processo de diferenciação de regiões balneárias e montanhosas de forma a incrementarem a sua atratividade enquanto destinos turísticos (Berglund et al., 2010: 6).

O uso consciente de diversas técnicas de comunicação de Marketing com o propósito de divulgar imagens seletivas de áreas geográficas específicas dirigidas para públicos-alvo específicos resulta da crescente concorrência entre lugares que competem por turistas, residentes ou investidores em mercados globalizados (Griffiths, 1998; Hall et al., 1998; Ward, 1998; Short et al., 1999 in Ocke et al., 2014: 673). As imagens dos lugares são corrigidas e simplificadas sendo transmitidas seletivamente pelo que representam uma das muitas formas possíveis de retratar a realidade (Gold et al., 1994: 2).

A perspetiva promocional permite compreender que é necessário examinar e mapear a cultura da região, as características, os costumes das populações residentes de modo a entender como esses recursos podem beneficiar a imagem do território. Neste contexto, atributos decisivos incluem os aspetos geográficos (clima, natureza, localização), atrações culturais e patrimoniais, ... São atributos que determinam parcialmente as vantagens competitivas do lugar que, em conjunto com a sua indústria, recursos, legislação e política vigente, têm impacto no desenvolvimento económico do lugar e influencia na consolidação da imagem de um lugar (Ocke et al., 2014: 673).

### **2.1.2. Perspetiva de planeamento – *place planning***

O fortalecimento da competitividade e da atratividade de um lugar é uma questão de sobrevivência e é a única estratégia sustentável de longo prazo que assegura o desenvolvimento social e económico da localidade (Kotler et al., 1999; Ocke et al., 2014: 674).

O uso do *marketing* e das ferramentas de planeamento estratégico dos lugares é gerido em prol do desenvolvimento das comunidades, das cidades e dos países no intuito de impulsionar exportações, atrair indústrias e investidores, ampliar a captação de visitantes, residentes e eventos (Rainisto, 2003; Kotler et al., 1999; Ocke et al., 2014: 674).

O conceito de planeamento estratégico de *marketing* aplicado a lugares implica ação em vez de reação, considerando a necessidade da localidade ser adaptável às mudanças e

aproveitar as oportunidades dos cenários para descobrir o que os potenciais consumidores desejam experimentar (Ocke et al., 2014: 674 e 676).

Ashworth et al. (2008 in Berglund, 2010: 3) apontam para a necessidade de diálogos inclusivos em que as partes interessadas devem chegar a um consenso sobre a visão, os objetivos e as ações do *marketing* do lugar. Berglund et al. (2010: 10) defendem o tema a partir da participação dos cidadãos com o intuito de obter conhecimento sobre a procura em mercados internos por meio de técnicas de pesquisa como um complemento para o desenvolvimento do *marketing* de lugar.

O objetivo é procurar valorizar um lugar e criar prosperidade em função dos seus atributos, pontos fortes e comportamentos positivos em relação ao local (Ocke et al., 2014: 675). É importante incluir as inúmeras partes interessadas no destino que ajudam a criar produtos e serviços e, desta forma, experiências (Hvass, 2014: 174), ao mesmo tempo que se deve procurar evoluir e aprimorar as suas infraestruturas implementando estratégias de desenvolvimento económico.

### **2.1.3. Perspetiva de marca – *place branding***

Kavaratzis et al. (2006: 185) sugerem que os lugares são entidades onde é possível exercer *branding* com o propósito das suas características os diferenciarem uns dos outros. Nesse contexto, o *branding* de lugares refere-se à aplicação das estratégias adequadas a fim de diferenciar cidades, regiões e países da concorrência perspetivando o seu desenvolvimento económico, social, político e cultural (Ocke et al., 2014: 676).

Os lugares também podem ser trabalhados como marcas corporativas (Shimp et al., 1993: 326). O *branding* corporativo e de lugares têm raízes multidisciplinares, que envolvem diversos grupos de interesse; têm um alto nível de intangibilidade e complexidade, lidam com múltiplas identidades e precisam de um desenvolvimento de longo prazo.

Tal diversidade é levantada por Kavaratzis (2005 in Ocke et al., 2014: 676), que demonstra que as pesquisas sobre *branding* de lugares englobam inúmeras iniciativas, incluindo temas como o lugar de origem, cultura e entretenimento, países e turismo. O desenvolvimento do *branding* dum lugar é um processo que envolve muitos fatores e associações a serem considerados, tais como geografia, atrações, recursos naturais,

produtos locais, características dos moradores, turistas, instituições e infraestruturas (Dinnie, 2004: 4).

Tal como é referido por Hvass (2014: 175) tanto a imagem dum lugar como os seus atores influenciam o seu desenvolvimento. A imagem é formada por fatores psicológicos e sociais dos visitantes e de estímulo os quais são influenciados pelos recursos naturais de um destino, infraestruturas gerais e turísticas, de lazer e recreação, cultura, história e arte, fatores políticos e económicos e a atmosfera do destino (Beerli et al., 2004). Além disso, a propriedade da marca de um local é incerta devido à existência de múltiplos grupos de interesse (Anholt, 2007: 11).

Como já foi referido por Ocke et al. (2014: 679), a população local pode fazer a diferença na atmosfera de um lugar uma vez que a sua participação é essencial para o sucesso dos destinos turísticos. Porém, o *marketing* pode contribuir para o desenvolvimento e a atratividade do lugar, não só para os visitantes, mas para os demais públicos começando com os próprios residentes. Assim, as necessidades e os desejos das comunidades locais devem ser integrados no conjunto de objetivos do planeamento de marketing dos lugares e dos destinos turísticos, ao mesmo tempo que os cidadãos devem ser participantes ativos em todas as etapas de formulação, elaboração e implementação de uma estratégia de *marketing* de lugar. Atribuir responsabilidades a todos os participantes no processo de planeamento serve também para evitar a duplicação de ações e, ainda mais importante, evitar ações conflitantes dentro da própria localidade.

## **2.2. O Turista *Slow***

Canestrini (2004; 2008) define o novo Turista *Slow* como alguém permeável. De Salvo et al. (2013: 132-133) complementam esta ideia, dizendo que é o turista aberto e disposto a perceber o *genius loci*, o espírito do lugar, ao contrário do turista “repelente”, que é um consumidor apressado, indiferente a estabelecer relações com o território e com os moradores locais e que se encontra preso a estereótipos. Este é um viajante que rejeita as infra-estruturas turísticas, produtos transformados, serviços estandardizados e o foco no consumo (Heitmann et al., 2011: 120-121).

Visto que o *Slow Tourism* encontra a sua gênese no movimento *Slow Food*, um fator de atração turística poderá ser a valorização da gastronomia local, que é fundamental para a satisfação da experiência do turista *slow*. De acordo com alguns investigadores (Lee et al., 2014: 216; Hall, 2012: 62), a maioria dos membros do movimento *Slow Food* tem mente aberta para experimentar novos ingredientes e envolve-se em interações com as populações locais. Segundo Heitmann et al. (2011: 120), este turista procura atividades que previnam o stresse (por exemplo, caminhadas e ciclismo) e evita os ambientes ruidosos. Está interessado em aprender sobre a cultura local e o património. Além disso, este turista procura entender os lugares que visita, pretende desenvolver novas competências pessoais, como aprender a língua local ou fazer um curso de culinária (o desenvolvimento pessoal é uma das motivações principais do turista *slow*).

O conceito de viagem *slow* é baseado numa apreciação mais rica da viagem como uma dimensão experiencial e não a tarefa de chegar a um destino (Varley et al., 2015: 6). O viajante *slow* gosta de coisas novas, de cuidar de si próprio e de descobrir relações simples quando em contato com a cultura no destino. No destino, os turistas *slow* procuram elementos autênticos, situações e objetos ricos em valor simbólico, gostam de descobrir diferentes estilos de vida, cujos valores permanecem na sua vida quotidiana (Dell'Aglio, 2011: 70).

Os turistas *slow* estão abertos a experiências calmas e a descobrir diferentes e novas culturas e identidades, possuem níveis de formação superior, e têm um bom conhecimento da filosofia *slow* da cultura local. São viajantes independentes, têm alta expectativa em relação à região onde se encontram e desfrutam de eco-gastronomia (Yurtseven et al., 2011: 94).

Este segmento, quando faz uma viagem, procura munir-se apenas do essencial para a sobrevivência (alimentação, moradia, auxílios à navegação, etc.), geralmente contando apenas com o seu próprio esforço físico.

O turista *slow* não se contenta com uma experiência falsa do destino, por meio de atividades sob medida, que consistem geralmente em recriações comerciais da realidade local. O desejo de estabelecer relações com os moradores locais, não se sentindo um "consumidor-turista", define o viajante *slow* principalmente através de duas características particulares: desejo por experiências autênticas e o assumir de um

conjunto de responsabilidades no que diz respeito aos destinos (De Salvo et al., 2013: 140).

Assumindo que muitas pessoas fazem mais viagens de longo curso durante os seus anos de juventude, poder-se-á pensar que o viajante mais velho e experiente procura conforto e lentidão ao longo da aventura refletindo, deste modo, a ideia do turista *slow* (Heitmann et al. 2011: 120). Nilsson et al. (2007) observaram um número substancial de turistas mais velhos nas *Cittaslow*, o que sugere que este é um segmento de mercado para o qual o conceito *slow* é atraente.

Um turista *slow* poderá argumentar que é um empreendedor na forma como busca envolver-se com a cultura local e aprender sobre o património local, enquanto utiliza os transportes e as instalações locais. Os turistas que viajam de mochila às costas são exemplo disso, pois viajam para destinos longínquos, mas fazem uso extensivo das instalações locais e procuram o envolvimento com a população local para adicionar às suas experiências. Da mesma forma, os voluntários podem ser considerados turistas *slow*, que viajam para países em desenvolvimento, participam na vida local ao mesmo tempo que ajudam a comunidade local (Heitmann et al., 2011: 120).

Le-Klahn (2014: 171) refere que a viagem *slow* através da boleia requer habilidades pessoais consideráveis, muita paciência e interação humana.

Num estudo efetuado na cidade de Seferihisar, na Turquia, Yurtseven et al. (2011: 91) caracterizam o perfil do turista *slow* do seguinte modo: mais visitantes do sexo masculino, casados e jovens (15-34 anos de idade); as turistas do sexo feminino são sobretudo solteiras e de meia-idade ou mesmo séniores (35-64 anos de idade). Têm geralmente um nível de educação elevado, com formação universitária ou superior. Mais de metade dos inquiridos relataram um rendimento pessoal mensal que varia entre 500€ e 1500€. Cerca de metade dos turistas *slow* são proprietários/gerentes/executivos, ou professores/engenheiros/médicos ou empregados administrativos.

Smith (2012: 19) também avança com algumas características para o perfil do turista *slow*, cujas idades se encontram compreendidas entre os 15 e 34 anos, ou com idades superiores a 45 anos, são sobretudo casais ou pequenos grupos de amigos, solteiros. Buckley (2011: 331) sugere também um segmento de viagem *slow* que é representado por uma tendência para que os profissionais mudem todos os meses de local de trabalho

e residência. A motivação para viajar tem sido associada ao aumento do interesse na qualidade de vida, como o desejo de escapar de trabalho, das pressões econômicas e do ritmo da vida contemporânea (Smith, 2012: 20).

Além disso, a busca pela autenticidade é outro conceito que pode ser aplicado a esta experiência turística. Enquanto os residentes se referem à "alma da cidade" e do patrimônio local (Nilsson et al., 2007), os turistas *slow* podem concentrar-se em envolver-se na vida local e em compreender os lugares que visitam para além da sua oferta turística inicial, procurando pela verdadeira autenticidade do local (Heitmann et al., 2011: 120-121).

De acordo com um estudo feito com base em entrevistas a membros do *Slow Food*, Lee et al. (2014) puderam constatar que, ao viajar, os turistas *slow* gostam de interagir com a população local, falar com os habitantes, lojistas, produtores, pescadores e empregados como uma forma de integração e relação com a cultura e o lugar que estão a visitar. Tentam fazer parte do ambiente no destino, não só interagem com as pessoas locais, como querem viver durante aquele tempo como um residente.

Smith (2012: 34) refere que Nick, ao contar o seu *feedback* para o *Luberon Experience* (2012), afirmou "Senti-me como um viajante e não como um turista... ver e fazer as coisas que a maioria das pessoas não vê nem faz: quintas, casas de família, passeios privados pelas vinhas... Eu amei a sensação de ser um local." Já Tom, outro entrevistado de Smith (2012: 36) refere a descoberta da história, a geografia e a cultura dos lugares, onde "a aprendizagem é uma parte fundamental do motivo pelo qual procuro aventura e ter prazer no processo de descoberta".

Segundo o estudo de Lee et al. (2014: 211, 215 e 217-218), algumas das razões que levam membros *Slow Food* a viajar são a procura por incluir nas suas viagens de trabalho, alguns dias de tempo livre para que possam realmente desfrutar do destino pois, por vezes, não têm tempo, disponibilidade ou dinheiro para fazer apenas viagens de férias no seu estado puro. Por vezes, os membros gostam de ficar com familiares e amigos, por causa dos valores e estilo de vida que têm em comum, esses amigos são geralmente produtores de alimentos e gostam de comer comida nas suas quintas ou produtos das suas regiões. Outras razões que levam os membros a optar por viajar para um destino, são a participação em eventos do *Slow Food* e atividades como acampar, caminhadas, ciclismo, ou aprender uma nova língua. De referir que os membros estão

muito bem informados sobre as diferentes culturas alimentares e sobre a história da gastronomia dos diferentes lugares. Apesar das diferentes motivações para viajar, das diferenças de idade, cultura, origens e profissões, os membros quando chegam ao destino, permanecem fiéis aos valores *Slow Food* e *Slow Tourism*.

No entanto, Lee et al. (2015) resolveram fazer um outro estudo para medir e testar a relação entre o estilo de vida preferido em viagens e a participação em atividades num destino, comparando em que medida membros e não-membros *Slow Food* têm os mesmos comportamentos. Os resultados sugerem que os membros *Slow Food* diferem significativamente dos não-membros nas preferências de estilo de vida relacionados com viagens e nas opções pelas atividades desenvolvidas no destino.

Os membros *Slow Food* relataram uma maior preferência por participar em atividades com alimentos, saboreando os sabores locais, envolvendo-se no destino através da interação com a comunidade local e desfrutando lentamente o destino em relação aos não-membros. Também mostraram que estavam mais interessados em novas culturas e locais enquanto os não-membros tinham uma maior preferência pela familiaridade e conforto na sua viagem, bem como a preferência por atividades e aventura. Os autores concluíram ainda que os turistas respondentes, não membros, se revelaram mais propensos a permanecer durante mais tempo e a interagir com a população local, dado que não estavam preocupados com a familiaridade e com o conforto nas suas viagens. Da mesma forma, os turistas que estão interessados na cultura local estavam mais dispostos a saborear a comida tradicional do lugar e envolver-se com a população local.

Este estudo de Lee et al. (2015) sugere que a participação em atividades com gastronomia local durante as viagens não é impulsionada apenas pelo interesse dos participantes nos alimentos em si, mas sobretudo no estilo de vida que lhe está associada.

O estudo de Bardhi et al. (2010: 136) documentou que o consumo alimentar durante a viagem é particularmente resistente à mudança e que o consumo de alimentos familiares ajuda os viajantes a manterem uma sensação de conforto e uma sensação de que estão em casa. De facto, os membros *Slow Food* viajam por uma grande variedade de razões, mas comprometem-se a praticar atividades semelhantes às que normalmente praticam diariamente em casa, o que pode ser explicado pelo conceito de *habitus* e manifesta-se nos estilos de vida dos viajantes (Bourdieu, 1990).

De acordo com um estudo referido em Dell'Aglio (2011: 80), os turistas *slow* apreciam diversas atividades, nomeadamente praticam atividades desportivas, mergulham na vida do lugar, vivem a natureza lentamente, observando a vida selvagem em áreas naturais ou protegidas, visitam o passado dos locais que querem conhecer, procuram igrejas, castelos, ruínas e museus, não utilizam meios de transporte rápidos e escolhem postos de alojamento diferentes dos hotéis tradicionais.

As ideias de Walle (1997 in Varley et al., 2015: 8) também são expandidas em torno de várias atividades de aventura *slow*, como a pesca com mosca, a navegação, os acampamentos, a exploração de novos rios ou lagos, particularmente em locais remotos, despovoados e intocados.

Smith (2012: 40-41) agrupa em 4 tipologias o perfil de turista *slow*, sendo que estas tipologias não são necessariamente mutuamente exclusivas ou fixas através do tempo: o turista *slow soft*, o turista em busca da carreira como um desafio *slow*, o permanente viajante *slow soft* nómada e ainda o viajante estritamente *slow* duro para a vida (tabela 2.2).

**Tabela 2.2 - Tipologias do perfil do turista *slow***

Tipologias perfil de turista <i>slow</i>	Características
<b>Turista <i>slow soft</i></b>	Gosta de viagens de comboio de longa distância, dedica-se à experiência em profundidade fazendo por vezes voluntariado no destino. O envolvimento com as pessoas, a cultura e a gastronomia locais são as motivações principais. Frequentemente faz viagens aéreas para o destino, pelo que a lentidão no modo de transporte nem sempre é uma prioridade central.
<b>Turista em busca da carreira como um desafio <i>slow</i></b>	É um segmento constituído por casais sem filhos, para quem a viagem <i>slow</i> é uma oportunidade de vida. Usam transportes com reduzidas emissões de carbono e frequentemente utilizam a bicicleta para viagens de longo curso, o que representam desafios físicos e mentais pessoais. As suas viagens são, por vezes, justificadas por valores ambientais e relacionadas com a sustentabilidade. A viagem em si tende a ser mais apreciada como uma experiência profunda e lenta.
<b>Permanente viajante <i>slow soft</i> nómada</b>	É associado a uma forma alternativa de vida, às vezes como uma rejeição das expectativas ou dos valores capitalistas, com novas experiências sem que as posses tenham tanta importância. Viajam para vários locais a cada semana, alguns meses ou anos. Muitas vezes procuram emprego e residência temporária no destino. Geralmente viajam sozinhos, sem casa fixa. Por vezes escolhem apoiar a sua viagem através de <i>blogs</i> , o que lhes permite uma localização

	independente de trabalho. Procuram um profundo envolvimento com o lugar, dando menos atenção aos transportes baixos em carbono.
<b>Viajante estritamente <i>slow</i> duro para a vida</b>	Adquire todos os dias uma filosofia <i>slow</i> , em vez de ser só nas viagens. Compromete-se a abster-se de viagens aéreas devido a valores ambientais e de sustentabilidade, a lentidão é ainda percebida como um modo de melhorar a experiência de viagem e evita o turismo em massa.

Fonte: Elaboração própria com base em Smith (2012: 40-41)

De Salvo et al. (2013: 144-145) fazem também um resumo geral sobre os turistas *slow*: viajantes que preferem qualidade à quantidade, ou seja, são indivíduos que preferem preencher o seu tempo de lazer com conteúdo ao invés de simbolismo. Portanto, as férias são um momento de exaltação pessoal e social. Este segmento apresenta-se permeável (Canestini, 2004; 2008) à cultura local e ao *genius loci*, viaja com uma predisposição positiva em relação ao "outro" e à diversidade. Antes de viajar estão na posse das ferramentas necessárias para compreender, avaliar e escolher os produtos que melhor se ajustam à sua experiência turística ideal. Essas ferramentas derivam de um elevado nível cultural e de uma história de viagem significativa. Sabem perfeitamente o que não querem, procuram relacionamentos e contextos autênticos e ficam longe do turismo de massas e de ambientes comercializados (Jensen-Verbeke, 1998; MacCannell, 1976). Têm um elevado sentido de responsabilidade turística como consumidores de recursos vulneráveis e escassos e agem de acordo com os princípios sociais, éticos e ambientais. São a antítese dos "turistas rápidos" e das suas opções por determinados destinos de férias e estilos.

Estes turistas primeiro decidem onde e quando vão para um certo destino, quando lá chegam decidem o que fazer, são independentes e procuram ter liberdade para agendar o seu próprio itinerário, planejando dia a dia, atividade a atividade. Preferem as pequenas cidades, e as cidades lentas (*CittaSlows*), onde podem relaxar e desfrutar da tranquilidade que os envolve. Evitam destinos procurados pelo turismo de massas ou visitam estes lugares em dias com menos gente. Anseiam por visitar lugares naturais e com espaços abertos, onde possam recuperar energia e desligar-se da rapidez dos dias de hoje (Lee et al., 2014: 216).

De acordo com Dickinson et al. (2011: 295), os viajantes *slow* foram identificados como quem tem preocupações ambientais como motivação para viajar e objetivos de estilo de vida, mas também existem os que, embora conscientes ambientalmente, escolhem a

viagem *slow* por razões experimentais mas continuam a voar, ou usam o avião como parte de uma viagem de férias *slow*.

Os modelos de comportamento de turistas *slow* são, então, propostos como uma forma credível de combinar consumo turístico e sustentabilidade (De Salvo et al., 2013: 145).

Apresenta-se de seguida a tabela 2.3 com um resumo das principais características referidas pelos vários autores neste subcapítulo:

**Tabela 2.3 - Características gerais do turista *slow***

	Abertura e disposição para perceber o espírito do lugar	Valorização da gastronomia local	Interação com a população local	Atividades que previnam o stress e proporcionem experiências autênticas e calmas	Aprender sobre a cultura local e o património	Levar consigo as memórias e aprendizagens do destino	Viajantes independentes, casais ou pequenos grupos de amigos	Formação superior e informados	Sustentabilidade do destino (respeito pela natureza e uso de meios de transportes lentos)	Turista mais velho
De Salvo et al., 2013										
Canestrini, 2004; 2008										
Lee et al., 2014										
Hall, 2012										
Heitmann et al., 2011										
Varley et al., 2015										
Dell’Aglia, 2011										
Yurtseven et al., 2011										
Nilsson et al., 2007										
Le-Klahn, 2014										
Smith, 2012										
Buckley, 2011										
Lee et al., 2015										
Bardhi et al., 2010										
Walle, 1997										
Dickinson et al., 2011										

Fonte: elaboração própria

### **2.3. Os residentes e o *Slow Tourism***

Para Dell'Aglio (2011: 71) os residentes podem contribuir para a criação de uma oferta diferente para o turista *slow*, por exemplo, ao fornecerem informações verdadeiras, fonte de experiências autênticas, motivando desta forma as emoções que se poderão tornar inesquecíveis na pós-viagem. Para isto, os habitantes devem conhecer, aprofundar e enfatizar as histórias, as peculiaridades do local, a literatura ligadas às gentes daquelas terras, a cultura, a tradição e o ambiente do lugar onde residem.

Ao usar elementos e histórias autóctones, prevenindo devidamente a sua banalização, e sem forçar situações falsas e artificiais, os residentes estão a revelar a identidade do local. Fará sentido a ligação destas histórias a encontros ocasionais com plantas, animais e características geológicas dos locais, fazendo com que o turista *slow* vivencie com alegria aquele destino (Varley et al., 2015: 82-84).

Durante os passeios e excursões dos turistas, as vivências e os testemunhos, partilhados pelos habitantes, artesãos, agricultores ou outras pessoas envolvidas na cultura local, podem interagir ativamente de forma natural com pessoas de diferentes origens, culturas e visões de mundo, funcionando como guias, multiplicando desta forma os benefícios do turismo dentro da comunidade local. Ou seja, podem ajudar os turistas, dando-lhes conselhos e ajudando-os durante a sua estadia, estabelecendo relações verdadeiras, revelando a autenticidade do seu povo (Dell'Aglio, 2011: 71 e 102).

São eles que podem incentivar a participação ativa dos turistas, através da aprendizagem e (re)descoberta da realidade local, para que se possam sentir como verdadeiros locais e desfrutar o mais plenamente possível da experiência (Dell'Aglio, 2011: 71).

Os residentes devem também mostrar aos turistas o respeito pelo meio ambiente, promovendo a sustentabilidade, para que as atividades turísticas tenham um baixo impacto ambiental, salvaguardando o ambiente local (Dell'Aglio, 2011: 71).

### **2.4. A importância do *Storytelling***

De acordo com Chronis (2012: 1797) existem quatro domínios experimentais de imaginários de turismo: narrativas, avaliação moral, disseminação e conexão emocional. Por conseguinte, os imaginários de turismo são definidos como valoração, construções narrativas coletivas que conferem emoção e a promoção de um local particular através do turismo.

Existe um aumento de evidências em estudos sobre turismo que mostram que os lugares têm vindo a ser visitados devido aos imaginários desenvolvidos sobre eles (d'Hauteserre, 2011; Gao et al., 2011; Hughes, 1992; Meethan, 1996; Reijnders, 2011; Urry, 1995 in Chronis, 2012: 1798). O turismo imaginário é a representação realista de um destino, como refere John Tribe (2006 in Chronis, 2012: 1798) os imaginários representam fielmente a realidade do turismo como uma busca ilusória. Na verdade, a mistura de fantasia e realidade tem sido testemunhada numa grande variedade de empresas de lazer.

As fronteiras entre a realidade e ficção/imaginação são ténues e estão entrelaçadas, sendo inseparáveis, e os locais turísticos têm tanto de imaginário como de real (Till, 2003: 63).

As narrativas têm o potencial de criar lugares e a possibilidade de se vir a conhecer um lugar significa vir a conhecer as suas estórias (Johnston, 1990: 109). Há estudiosos que dizem que a valorização de experiências no turismo depende da existência e da comunicação de estórias (Arnould et al., 1993 in Chronis, 2012: 1799). O turismo é sobre *Storytelling* (contar estórias) e é o uso das estórias que transformam um espaço de outra forma impercetível num destino turístico atraente. Contudo as narrativas no turismo são mais imaginárias do que reais (Chronis, 2012: 1799).

Existe mais para a produção de imaginários de turismo do que somente as narrativas (Chronis, 2012: 1799). Os turistas ao serem envolvidos no espaço deparam-se com o destino e através do corpo produzem a experiência de estar e fazer parte dum lugar (Filipucci, 2002: 89), despertando todos os seus sentidos, como o tato, olfato, visão, audição e paladar. Portanto, um lugar turístico não se trata apenas de uma construção narrativa, mas também de algo que é configurado através do corpo (Chronis, 2012: 1800).

A compreensão humana da estória e do lugar vem através do poder das narrativas (Johnston, 1990; Polkinghorne, 1988 in Chronis, 2012: 1801).

As manifestações materiais do passado de um lugar ajudam a lembrar os acontecimentos históricos e a criar uma relação especial entre os turistas e os arredores físicos. A tangibilidade do lugar é crucial para conectar os turistas ao passado histórico. No entanto, a experiência de estar lá parece dissolver-se parcialmente ao longo do

tempo e a emotividade do lugar poderá ir desaparecendo se não for alimentada com estórias. O passado não é simplesmente imaginado num cenário abstrato e mental, mas é também sentido através do corpo que regista sensações e pode levar a reações corporais por parte dos turistas (Chronis, 2012: 1806-1807).

Os locais procuram trabalhar para fornecer significados onde se possa fazer uma valoração moral do passado, o que pode ser feito através da prática de *Storytelling* no local. Um ponto final da estória é ponderado com valores (Gergen et al., 1988 in Chronis, 2012: 1808). Ao identificar e refletir sobre certos valores e ao não contabilizar outros, os turistas idealizam o passado de uma forma que promove uma articulação preferencial da estória (Chronis, 2012: 1808).

O imaginário torna-se significativo quando existe uma conexão emocional. Mas a conexão emocional não é meramente um resultado do *Storytelling* dramático. A emotividade também é provocada através de representações encenadas. Uma vez que as estórias são inseparáveis das suas contrapartes espaciais, e considerando o imediatismo do corpo na experiência do imaginário, determinados locais são capazes de provocar fortes reações emocionais (Chronis, 2012: 1809).

Como refere Chronis (2012: 1809-1810) o turismo imaginário é sempre associado a um lugar dotando-o de uma certeza que encontra terreno fértil no (re)posicionamento ou na (re)invenção de lugares para que estes possam reconfigurar a sua identidade, a fim de obter uma vantagem competitiva. (Hughes, 1998; Osborn, 2001 in Chronis, 2012: 1809-1810). Contudo, o turismo imaginário é um conceito maleável, e como as estórias não são naturais, mas sim invenções humanas, não se pode escapar do desafio de múltiplas narrativas que por vezes entram em conflito. Como se sabe, as narrativas são caracterizadas por apropriação seletiva de eventos passados (Ewick et al., 1995 in Chronis, 2012: 1809-1810).

Portanto, um local é estruturado e interpretado como uma narrativa, onde provavelmente não haveria nada significativo a dizer sobre o seu passado se não fosse sob a forma de estórias. A construção de narrativas fornece coerência aos acontecimentos passados. Cada conto é composto por uma série de estórias que dizem algo sobre o que aconteceu no passado, quem participou, e porquê. Essas narrativas para além de descreverem o que aconteceu no passado também tornam as experiências dos turistas mais significativas (Chronis, 2012: 1807-1808).

As pessoas, a partir da sua singularidade, têm os seus próprios sonhos, vivenciam o cotidiano de forma diferente e constroem as suas histórias sob trajetórias e experiências distintas. A própria organização (município) resulta da conciliação destas inúmeras histórias individuais (Borges et al., 2011: 112-114), pois, como refere Medeiros (2007: 6), as organizações (municípios) não podem ser vistas como fazendo parte de apenas uma história, mas sim como uma multiplicidade, uma pluralidade de histórias e interpretações coletivas. Como conclui Chronis (2012: 1799), construir um destino turístico não requer necessariamente um esforço para “vender” o lugar em si, mas sim a narrativa desse lugar.

#### **2.4.1. *Storytelling* com residentes**

A população local pode fazer a diferença na atmosfera de um destino uma vez que a sua participação é essencial à construção do próprio destino turístico. Assim, as necessidades e os desejos das comunidades locais devem ser integrados no conjunto de objetivos ao mesmo tempo que os cidadãos devem ser participantes ativos em todas as etapas de formulação, elaboração e implementação de uma estratégia de *marketing* de lugar (Ocke et al., 2014: 679).

No estudo de Rodrigues et al. (2010: 217-218) é referida a necessidade de novas propostas de marketing, assentes em novas experiências (ricas, emocionantes e significativas) desenhadas para despertar o interesse dos turistas. Consideram que através do turismo do imaginário é possível que, com as narrativas moldadas pelas culturas material e imaterial das comunidades, os turistas possam descobrir o território e guardar uma recordação memorável.

Hayes et al. (2007) argumentam que contar uma história convincente deve ser o objetivo dos promotores do turismo se querem atrair e satisfazer os visitantes, encenando experiências memoráveis. As histórias são uma parte importante da experiência turística (Quadri-Felitti et al., 2012). Além disso, contar histórias é considerado um dos principais métodos de envolvimento com os turistas ou com o público (Pine et al., 1999). Nestas narrativas devem participar os residentes e guias de turismo que desempenham um papel vital na oferta de produtos turísticos memoráveis.

Mei (2014: 79) refere, no seu artigo, que em estudos futuros, deverá ser explorada a produção da experiência e os meios para encenar experiências memoráveis onde o *Storytelling* pode desempenhar um papel chave, num destino regional.

Todas as comunidades em zonas rurais apresentam, na sua generalidade, os mesmos problemas: limitações ao desenvolvimento derivado do isolamento, diminuição das atividades económicas, o que leva ao aumento do desemprego e por isso têm de procurar trabalho fora, que culmina com o envelhecimento da população e desertificação (Rodrigues et al., 2010: 223). Muitas comunidades locais rurais, que vivem em sítios remotos, como resposta a estes problemas, estão a criar produtos turísticos baseados no património intangível (modos de vida, tradições, valores, histórias, linguagem, vestuário dos residentes, etc.) aliado ao património natural, como as paisagens naturais e marcos históricos. Têm o objetivo de criar novos empregos, melhorando a qualidade de vida e a situação económica da região (Andereck et al., 2000 in Rodrigues et al., 2010: 218).

Foi realizado um estudo de caso (Rodrigues et al., 2010: 217) sobre a criação de um produto turístico na vila de Luserna que foi desenvolvido pela comunidade residente tendo por base o *Storytelling* onde as lendas, contos de fadas e mitos dos Alpes são o foco. A comunidade definiu um roteiro com vários percursos pedestres, para os quais criou histórias, estátuas de madeira e preparou a população local para serem guias turísticos, o que levou a uma experiência de interação entre a comunidade local e os turistas.

Têm sido vários os pesquisadores a referirem os benefícios da participação da comunidade de acolhimento nos processos de planeamento e gestão do turismo, pois os residentes compreendem como a região se pode adaptar à mudança, são os mais afetados pelo turismo e tornam-se parte integrante do produto turístico (Simpson, 2008; Cawley et al., 2008; Scheyvens, 1999; Simmons, 1994 in Rodrigues et al., 2010: 223-224).

“A elaboração do Plano de Aldeia para Luserna permitiu colocar em prática uma estratégia de desenvolvimento assente na participação da comunidade. A equipa definiu as bases para a estratégia, e a comunidade ajudou a construir um plano sólido e capaz de responder aos desafios da aldeia, mas também às suas necessidades como comunidade viva. Notou-se um crescente interesse pela vida da comunidade e orgulho pela sua língua e pelas suas tradições. O interesse em cooperar renasceu e tornou possível o desenvolvimento de um conjunto de ações com perspetivas de sustentabilidade a longo prazo, pois a sua continuidade é assegurada pela comunidade” (Francesco Bari in Rodrigues et al., 2010: 224-225).

#### **2.4.2. *Storytelling* com turistas**

A junção do *Storytelling* comercial, as tendências das narrativas, as encenações das histórias e as valorizações morais investidas nessas histórias são geradoras de fortes ligações emocionais com o passado. O turismo imaginário, para além da encenação comercial (*Storytelling* e objetos materiais como estátuas, marcadores, memoriais, e artefatos de museu), tem também nuances da história e do seu significado. O imaginário no turismo fornece uma maneira de interpretar o passado histórico comum e como era um local antigamente, ajudando a compreender como é o nosso mundo atualmente. Os turistas quando visitam um local, ao mesmo tempo que estão expostos a histórias oficiais, eles são também convidados a fazer a sua própria interpretação (Chronis, 2012: 1811-1812).

As histórias contadas na primeira pessoa (ou seja, uma história em que o protagonista da história relata para si próprio e possivelmente para os outros uma interpretação teatral de como, porquê, quem, quando e onde se desenrolam os acontecimentos com consequências imediatas e de longo prazo) são o que as pessoas trazem de volta de viagens e visitas a um certo destino (Woodside et al., 2005: 163).

Alguns lugares são capazes de projetar identidades únicas com capacidade para transformar as vidas quotidianas dos visitantes em experiências extraordinárias (Judd, 1995: 176). Para a construção de um destino turístico, de acordo com Woodside et al. (2005: 170), é necessário que os novos visitantes sejam recetivos e se sintam como os próprios protagonistas do mito que eles atribuem ao destino, para que possam compreender melhor o enredo da história. Posteriormente deve ser feita a recolha de histórias contadas pelos visitantes onde relatam as suas experiências ao viver o mito quando visitam o destino, de forma a compreender melhor o fenómeno. Deve-se construir ou identificar símbolos autênticos do lugar que possam ser evocados automaticamente por novos visitantes quando associados às histórias contadas. Regularmente devem ser criadas reuniões onde se fale acerca do mito da marca do destino, de forma a atualizar histórias dentro do mito para o manter vivo, e assim trazer o mito à vida de novas formas.

As histórias fornecem pistas para o inconsciente, bem como para o pensamento consciente (Woodside et al., 2005: 171). As pessoas armazenam, recuperam e conversam com outras pessoas nos contextos da história (Schank, 1990 in Woodside et

al., 2005: 171). Os visitantes reportam em primeira mão a experimentação dos destinos que indicam que os turistas contam histórias que oferecem pistas de como eles interpretam e promovem os mitos que estes destinos possibilitam.

Como refere Woodside et al. (2005: 171-173), as histórias têm o potencial de influenciar um número substancial de futuros visitantes que procuram *online* informações/ histórias de pessoas imparciais que contam as suas próprias experiências nos destinos.

Os visitantes contam as suas próprias histórias sobre as suas experiências, muitas vezes descrevem encenações de mitos e *clímax* exclusivamente relevantes para destinos específicos. Essa narrativa termina com a defesa do destino para futuros visitantes, ou então, com o aconselhamento para evitar tais visitas (Woodside et al., 2005: 163).

A investigação sobre a ocorrência natural com que o visitante pratica *Storytelling* fornece estratégias de turismo no destino com informações sobre casos emocionantes (McKee, 2003: 7) representando associações únicas e pontos altos emocionantes que os visitantes são suscetíveis de recuperar e reportar automaticamente quando se discute estes destinos. Essa pesquisa de *Storytelling* fornece pistas criativas para o posicionamento de um destino único e que entram de forma significativa nas mentes dos potenciais futuros visitantes. As histórias dos visitantes do destino muitas vezes incluem as suas próprias explicações sobre as fotografias que capturam o que esses informantes acham especialmente útil para informar aos outros. (Woodside et al., 2005: 173).

Uma característica fundamental do compromisso com as pessoas e o local é a construção de histórias memoráveis que poderiam ser elaboradas no período pós-viagem, que Arnould et al. (2004) referem como o consumo lembrado e a nostalgia. Essas histórias estão muitas vezes relacionadas com momentos mais aventureiros, a superação de uma variedade de obstáculos e dificuldades compartilhadas. Mas as experiências comuns podem transformar-se em "extraordinárias ou memoráveis" (Carù et al., 2003: 268), pelo menos na altura de as recontar, mas como Carù et al. argumentam, este é um clichê do marketing e viajar muito é simplesmente mundano. A este respeito, a viagem *slow* apresenta um caminho interessante, já que é precisamente nestes momentos menos extraordinários que se criam histórias (Dickinson et al., 2011: 292).

## CAPÍTULO III – METODOLOGIA

### 3. O MOVIMENTO *SLOW* NO ALGARVE

#### 3.1. As *CittaSlow* no Algarve

Os municípios algarvios de São Brás de Alportel, Lagos, Silves e Tavira foram classificados como *Cittaslow* e, mais tarde, constituíram a Associação *Cittaslow* Portugal (ACSP), que tem a sua sede em São Brás de Alportel.

Segundo a notícia publicada no Sul Informação (2012), apesar da designação *Cittaslow*, este movimento não pretende estagnar o desenvolvimento das cidades aderentes. Este movimento trouxe às cidades uma nova abordagem, valorizando a mobilidade em vez de facilitar a rapidez, os intercâmbios estritamente funcionais e muitas vezes mercantis, proporcionando aos habitantes a possibilidade de aproveitar a sua existência, criando novos espaços favoráveis às relações humanas e à participação dos cidadãos no quotidiano das comunidades.

Como objetivo deste movimento internacional, o desenvolvimento das comunidades locais é baseado na capacidade de partilhar e reconhecer as suas especificidades intrínsecas, recuperá-las, divulgá-las e vivê-las profundamente. Ou seja, criar uma maior qualidade de vida para todos e (re)encontrar a ideia de bem-viver.

#### 3.2. São Brás de Alportel *Cittaslow*

São Brás de Alportel é uma das vilas mais dinâmicas de Portugal, tornou-se num lugar moderno devido ao seu desenvolvimento equilibrado e à qualidade de vida que oferece aos que aqui residem e aos que visitam este concelho.

Faz parte da Associação *Cittaslow* Portugal, ou seja, é uma vila onde se sente a lenta sucessão das estações do ano, apreciando a boa comida, defendendo os produtos e os produtores locais, privilegiando a hospitalidade dos residentes, os serviços aos cidadãos, a defesa do meio ambiente, os transportes e um urbanismo de qualidade, o gosto de viver tranquilamente, com qualidade e sustentabilidade.

Ser uma *Cittaslow* é um processo gradual que deve ser partilhado e deve contar com a participação de todos: as administrações locais, as entidades regionais, as organizações e os cidadãos. Esta filosofia serve para estimular a diversidade, em detrimento da

estandardização, proteger e encorajar a cultura local e as tradições, desenvolver uma melhor qualidade ambiental e apoiar e dinamizar estilos de vida mais saudáveis, em especial entre as crianças, os jovens e as pessoas idosas.

A candidatura de São Brás de Alportel a *Cittaslow* foi aceite em 2008. O município tem prosseguido uma política de desenvolvimento local assente em planeamento estratégico que vai ao encontro das diferentes áreas dos requisitos necessários. A candidatura apresentada, constituída pelos projetos, obras e investimentos, iniciativas e ações municipais, revelava já o cumprimento dos requisitos de excelência necessários em percentagens positivas suficientes para aprovação global (Políticas de meio ambiente – 77,38; Políticas de infraestruturas – 68,57; Tecnologias para a qualidade urbana – 52,78; Valorização das produções autóctones – 53,54; A Consciência dos cidadãos - 58,33). A ponderação de cada uma destas seis áreas conjugadas entre si permitiu a São Brás de Alportel obter uma aprovação global de 59,41% <sup>3</sup>.

No centro histórico da vila de São Brás de Alportel podem-se observar as casas térreas e caiadas, de arquitetura popular, vizinhas de prédios apalaçados, com fachadas cobertas por azulejos, cantarias lavradas e varandas de ferro, ou então, modernos apartamentos ou vivendas ajardinadas espalhadas pelos arredores. Entre a população local, existe um divertimento silencioso, o qual consiste em sentar-se em bancos de jardim e ficar apenas observando o ‘vai e vem’ da rua, cumprimentando quem passa.

Em São Brás de Alportel existem vários estabelecimentos de Alojamento Local, como moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem que, dispendo de autorização de utilização e registo na Câmara Municipal, prestam serviços de alojamento temporário, mediante remuneração, embora não sendo considerados empreendimentos turísticos. Ao todo, existe alojamento local para 206 pessoas (98 quartos).

Este concelho tem 70% de paisagem serrana, onde a floresta, com predominância do sobreiro, é uma das suas maiores riquezas. Daqui extrai-se uma das melhores cortiças do mundo. Existem ainda fábricas de cortiça em funcionamento. Atualmente, esta indústria está muito ligada à moda e ao turismo.

---

<sup>3</sup> Na *CittaSlow International Charter* (2014: 25) é referido que uma cidade pode ser *Cittaslow* se preencher uma média global superior a 50%.

São Brás de Alportel ocupa uma posição central em toda a “Terra da Cortiça”, a nível regional, nacional, e mesmo mundial, reunindo as condições de epicentro para uma estratégia de consolidação de um produto turístico, associando este território a um destino turístico de qualidade. Por isso mesmo, o tema da cortiça está na origem de uma rota que propõe contar histórias do passado da atividade corticeira e, ao mesmo tempo, desvendar as inovações no sector.

A **Rota da Cortiça** leva-o a descobrir os mistérios da relação ancestral entre o Homem e o Sobreiro. A Cortiça é o fio condutor de uma viagem marcada por seis Polos Temáticos que traduzem, ao mesmo tempo, as principais fases do ciclo da cortiça (tabela 3.1):

**Tabela 3.1 - Polos temáticos Rota da Cortiça**

Património	Existe uma Sala da Cortiça no Museu do Trajo, onde se exhibe um conjunto de peças de arqueologia industrial usadas na atividade corticeira, exposições temporárias que ilustram as aplicações recentes da cortiça, desde a engenharia civil ao <i>design</i> , um sistema audiovisual para transmissão de documentários sobre a Rota da Cortiça. Esta sala está equipada com uma bancada de experimentação para que os visitantes possam descobrir as propriedades da cortiça: fluatuabilidade, impermeabilidade, elasticidade, isolante térmico e acústico.
Natureza	Inclui uma visita aos sobreirais, na faixa de transição entre o barrocal e a serra ou já em plena Serra do Caldeirão. Aqui aprende-se o ciclo de vida dos sobreiros, as técnicas de descortiçamento e empilhamento efetuados durante os meses de Verão.
Vida Rural	Privilegia-se a degustação de licores e da doçaria regional confeccionada com segredo e à base de mel, alfarroba e figo, sendo este um dos pontos marcantes da rota.
Tradição	O visitante é levado a apreciar o trabalho dos mestres nas fábricas tradicionais que transformam esta nobre matéria-prima em fardos.
Inovação	Visita a um mundo de perfeição ao serviço da qualidade, como é o caso da fábrica de tecnologia inovadora que produz discos para as rolhas de champanhe e da Pelcor, com uma gama original de acessórios de moda em cortiça.

O visitante mais curioso dispõe de um polo localizado na InLoco onde pode descobrir um universo de perguntas e respostas sobre a cortiça.

Fonte: elaboração própria

Esta Rota dispõe de cinco itinerários específicos, adequados à idade e ao gosto dos visitantes. A duração das visitas poderá ser de um dia inteiro ou de meio-dia. Para grupos de crianças, é valorizada a Educação Ambiental e as atividades lúdico-recreativas. Para os adolescentes estão preparadas atividades desportivas e radicais. Os mais crescidos têm oportunidade de degustar os licores e a doçaria tradicional. Para segmentos séniores é oferecida a calma do sobreiral e a beleza das aldeias típicas da serra e do barrocal. Além dos itinerários propostos, a Rota da Cortiça organiza visitas à medida dos interesses e preferências dos grupos.

Este projeto realça como segmentos-alvo o público escolar regional (do primeiro, segundo e terceiro ciclos); o turismo sénior (nacional e estrangeiro); os consumidores do sol e praia que procuram atividades culturais/ naturais complementares; os consumidores do produto Eco Turismo; a população algarvia com apetência por programas culturais/naturais.

Existem, no concelho de São Brás de Alportel, áreas com particular interesse ecológico. Este é o caso da zona Rede NATURA 2000 que permite realçar o interesse botânico e zoológico do local, bem como a presença de espécies ameaçadas ou em vias de extinção. No âmbito da flora, destacam-se as comunidades de orquídeas, oliveiras centenárias e outras árvores (medronheiros, alfarrobeiras, amendoeiras, azinheiras, figueiras) reconhecidas como elementos significativos do património local e que servem de base à doçaria típica do concelho, enriquecida pelo mel da Serra do Caldeirão. Proliferam pequenas áreas hortícolas onde se cultivam produtos biológicos e hortas comunitárias, no centro da vila.

Quanto aos recursos faunísticos, referência à águia-cobreira (*Circaetus gallicus*) e à águia-de-Bonelli (*Hieraetus fasciatus*) consideradas espécies prioritárias em termos de conservação da natureza.

A abundância de água justifica a existência de um valioso património etnográfico como fontes, poços e noras, que testemunham a história destes lugares. Destaca-se o parque da Fonte Férrea onde é possível sentir a natureza e fazer piqueniques com família e amigos.

De entre as principais atividades que a Serra oferece ao residente e ao visitante, destacam-se as caminhadas através dos percursos e troços criados e sinalizados, as aldeias pitorescas por entre colinas a as vistas dos miradouros das Castanhas, do Alto da Arroiteia, do Alto da Ameixeira, da Pousada de São Brás, do Moinho do Bengado, de onde é possível contemplar o horizonte, a vila e até vislumbrar o mar.

Os vários Percursos Pedestres que existem em São Brás de Alportel permitem partir à descoberta dos tesouros da natureza e das memórias escondidas, nos caminhos do barrocal e da serra, com o mar no horizonte. É possível conviver com a fauna e a flora locais, conhecer a riqueza geológica do concelho, escutar o chilrear dos pássaros, quer aos primeiros raios de sol ou nos crepúsculos do fim da tarde.

O Centro de Medicina de Reabilitação do Sul, o complexo de piscinas municipais, áreas de desporto, bibliotecas ou os agrupamentos escolares estão entre as mais importantes infraestruturas do concelho. Semanalmente, e com especial afluência ao sábado, no Mercado Municipal são vendidos legumes frescos e frutas colhidos nas hortas tradicionais, peixe fresco vindo do mar e assistir a demonstrações gastronómicas. Ao 3º domingo de cada mês, realiza-se a Feira das Velharias e o Mercado dos Artesãos onde é vendido o artesanato local.

Tareja, Desbarato, Tesoureiro, Parises, Mealhas ou Mesquita são apenas alguns exemplos curiosos de nomes de aldeias deste concelho, onde os artesãos mantêm as suas tradições, passadas de geração em geração: mantas de retalhos, cestos de vime e de cana, vassouras e pincéis, a latoaria, o trabalho de ferro forjado, as colheres de pau, entre outros.

A empreita, arte de trabalhar as folhas de palma, constitui uma das atividades mais tradicionais em São Brás de Alportel. Após o tratamento prévio da palma, ocorre a produção de inúmeros objetos como, por exemplo, alcofas, bolsas, esteiras, tapetes e um conjunto de utensílios que antigamente eram utilizadas, quer para apoio aos trabalhos no campo quer como utensílios domésticos. Juntamente com o vime a atabua cresce junto

às ribeiras, sendo depois utilizada para fazer o assento das cadeiras tradicionais. Também o esparto é o material essencial à produção de peças úteis na vida quotidiana.

No tempo em que as construções eram essencialmente feitas de barro, a profissão de tijoleiro era certamente comum, mas com o passar dos tempos foi-se perdendo e, só recentemente, o tradicional tijolo de burro e o ladrilho ou tijoleira ganharam uma maior importância, para a decoração de paredes e de soalhos. Existem dois telheiros (designação da atividade profissional daqueles que se dedicam ao fabrico deste tipo de materiais em barro) em São Brás de Alportel que trabalham na produção artesanal dos ladrilhos, das telhas e dos tijolos de burro.

Na vila de São Brás é possível encontrar brinquedos em madeira, rendas, trapologia, bijuteria e objetos de decoração em cortiça feitos por jovens *designers* e artesãos.

O Município é exemplar no apoio a iniciativas, atividades e tradições de índole cultural: as Charolas, a Feira de São Brás, o Carnaval, a Festa das Tochas Floridas, os Maios, as Festas dos Santos Populares, a Feira da Serra, a Feira de Setembro, os Ranchos folclóricos e os espetáculos de Acordeão, de Grupos Corais e da Banda Filarmónica. São Brás possui, ainda, vários espaços museológicos de informação, exposição e reconstituição histórica nomeadamente nas áreas da arqueologia, etnografia, história e arte sacra.

Tendo como alvo, sobretudo, os residentes séniores, o Município promove diversas atividades como a Universidade Sénior, sessões de ginástica, natação, bailes, excursões recreativas, entre outras.

A gastronomia local, de origem camponesa, inclui as sopas, ensopados, gaspachos e jantares, temperados com azeite, sal e ervas aromáticas ou as papas de milho, coelho bravo serrenho e petiscos (caracóis cozidos, linguça assada, presunto salgado, queijos de cabra e ovelha com mel), doces confeccionados à base de mel, alfarroba, figo e amêndoa, os figos cheios, as amêndoas e os pirolitos, aguardente feita com o medronho crescido na serra, ou o licor de alfarroba.

Anualmente realiza-se, em São Brás de Alportel, a **Quinzena Gastronómica “Sabores do Caldeirão”** que visa a promoção da gastronomia local como produto turístico. Esta iniciativa é organizada pela CM de São Brás de Alportel, com a colaboração dos restaurantes locais, da Associação de Industriais Hoteleiros e Similares do Algarve e do

movimento *SlowFood* Algarve (Normas da Quinzena Gastronómica – Sabores do Caldeirão, 2014: 1-2).

A **Rota do Caracol**, uma rota pelos sabores tradicionais foi criada no âmbito da *Cittaslow* (cidade de bem viver).

*In* Câmara Municipal de São Brás de Alportel

## **4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA**

### **4.1. Investigação Qualitativa**

A investigação qualitativa é caracterizada pela recolha de dados ricos em pormenores, descritivos em relação a locais, pessoas ou acontecimentos e o seu tratamento normalmente é complexo (Ludovico, 2007: 82-83). Os objetos são estudados tendo em conta a sua complexidade integrados no contexto quotidiano, ou seja, em contexto natural. Os campos de investigação referem-se às interações reais e práticas dos sujeitos na vida quotidiana, onde a diversidade leva à utilização de métodos caracterizados pela sua abertura face aos objetos de estudo. É privilegiada a compreensão dos comportamentos a partir da perspetiva dos sujeitos de investigação. O objetivo da investigação é descobrir teorias novas, empiricamente enraizadas, onde a investigação das ideias, da descoberta dos significados inerentes ao próprio indivíduo são a base de toda a investigação (Flick: 2005, 5; Ludovico, 2007: 82-83).

Bortz (1984: 15-16 in Flick: 2005, 4) defende que, no decurso de uma investigação, se deve proceder ao ajustamento das ideias dos inquiridos com a investigação e escolher apenas aquelas que podem ser estudadas empiricamente.

Na pesquisa qualitativa não se estudam muitos casos, pois procura-se a diversidade e não a homogeneidade, e para haver uma garantia de que a investigação aborda a realidade tendo em conta as variações necessárias, é preciso assegurar a presença da diversidade dos sujeitos ou das situações em estudo (Guerra, 2006: 40-41).

A título de resumo, Bogdan et al. (1994 in Ludovico, 2007: 83-84) apresentam algumas características de uma investigação qualitativa:

→ O investigador preocupa-se em apreender o comportamento humano que será influenciado pelo contexto em que ocorre, razão pela qual o investigador se deve

deslocar ao local do estudo.

- Como a investigação qualitativa é descritiva, os dados recolhidos podem ser palavras, citações ou imagens, que podem incluir transcrições de entrevistas, notas de campo, fotografias, vídeos e outros registos oficiais.
- Os investigadores qualitativos acabam por ter mais interesse no processo do que propriamente nos resultados ou produtos obtidos.
- Existe uma tendência para se analisar os dados de forma indutiva, ou seja, as abstrações vão sendo construídas à medida que os dados particulares recolhidos se vão agrupando.
- Por norma há uma preocupação contínua com os sujeitos de investigação, de forma a entender “aquilo que eles experimentam, o modo como interpretam as suas experiências e o modo como eles próprios estruturam o mundo social em que vivem” (Psanthas, 1973; Bogdan et al., 1996: 51 in Ludovico, 2007: 84).

O método escolhido para a investigação qualitativa não tem como objetivo principal garantir a verdade, mas sim que essa seja usada de forma criativa para cada situação (Smith, 1987; Pacheco, 1995: 16 in Ludovico, 2007: 85).

Para avaliar a qualidade de uma investigação qualitativa é necessário considerar os critérios específicos (figura 3.1) (Sequeira, 2015: 255-257).

**Figura 3.1 - Critérios para garantir a qualidade de uma investigação qualitativa**



Fonte: autor, baseado em Sequeira (2015: 255-257)

A **validade externa** menciona a generalização de conceitos e resultados. Quando existe previamente uma teoria, esta será usada como referência na comparação com os resultados empiricamente obtidos num determinado estudo. A **validade interna** refere-se à capacidade de um procedimento científico produzir as respostas corretas às questões colocadas à realidade. Ou seja, deve-se verificar se os resultados obtidos foram corretamente interpretados. A **triangulação** designa a combinação de vários métodos, grupos de estudo, enquadramentos de espaço e de tempo, e diversas perspetivas teóricas para o tratamento dum fenómeno (Flick, 2005: 231). Utilizaram-se várias fontes de recolhas de dados, como entrevistas, *Storytelling* e diário de campo, de modo a assegurar a triangulação da informação obtida. Para além do investigador e dos orientadores deste estudo, os resumos de cada etapa e a síntese dos resultados foram sendo facultados a outros investigadores externos a esta investigação para posterior discussão, o que garante a validação dos mesmos através da triangulação do investigador.

A **fiabilidade** está relacionada com uma reprodução dos procedimentos da investigação que produzam sempre resultados semelhantes, ou seja, trata-se da possibilidade de outros investigadores ou até o mesmo investigador em contextos semelhantes poderem seguir os procedimentos definidos e obterem resultados semelhantes sobre o mesmo fenómeno (Ketele et al., 1999 in Sequeira, 2015: 257). Para este estudo foram registados os principais procedimentos a ter em conta na recolha dos dados, como os guiões e procedimentos para a realização das entrevistas, o diário de campo (grelha com registo de temáticas, datas, contextos, descrição e observações), e ainda o registo da informação recolhida através da gravação em áudio e filme das entrevistas e as respetivas transcrições para suporte digital. Estes procedimentos permitirão uma eventual replicação da investigação.

A **construção de casos ricos em significados** (Stake, 1995 in Sequeira, 2015: 257) é realizada através de uma recolha de dados profunda, envolvendo múltiplas fontes de informações ricas no contexto (Creswell, 1994: 61).

A **adoção da prática de reflexividade constante** refere-se à apreciação e reflexão sistemática durante todo o processo de investigação e sobre o papel que o investigador assume no decorrer da mesma (Goodson et al., 2004 in Sequeira, 2015: 257), nomeadamente em relação à intervenção do mesmo no decurso da investigação. Ao contrário do que acontece na investigação quantitativa, os métodos qualitativos

valorizam a interação do investigador com o campo e com os seus membros para a produção do saber, em vez de tentar evitar esta interação a todo o custo (Flick, 2005: 6).

#### **4.2. Estudo Exploratório**

Para Bertaux (1997 in Guerra, 2006: 33), um estudo exploratório acontece quando se inicia uma pesquisa de terreno da qual se desconhece o fenómeno a estudar, devido à inexistência de estudos anteriores feitos na área. Pretende-se descobrir quais as características pertinentes do objeto do estudo para que o investigador se possa familiarizar com o assunto e para que a pesquisa possa ser feita com maior compreensão e precisão. Desta forma há uma tendência para que nos estudos exploratórios se proceda à formulação de hipóteses explicativas (Guerra, 2006: 53, 83) para pesquisas posteriores que funcionam como interpretações hipotéticas que exigem o prolongamento da pesquisa para a sua generalização.

Uma pesquisa de natureza exploratória pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram, ou têm, experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. As pesquisas exploratórias visam proporcionar uma visão geral de um determinado fenómeno.

Os objetivos definidos no âmbito desta pesquisa serão alcançados através de uma estratégia metodológica que assenta simultaneamente na análise de dados secundários (nomeadamente documentos oficiais publicados sobre esta matéria na CM de São Brás de Alportel e publicações de carácter científico) e na recolha de dados primários que, assentes em métodos de recolha de análise qualitativa (como é o caso da entrevista com uma abordagem ao *Storytelling* e o diário de campo) permitirão conhecer com maior profundidade esta temática. Face aos objetivos e às características de que se reveste esta investigação, trata-se de um estudo exploratório.

A tabela 3.2 permite sistematizar e visualizar as principais fases nas quais se desenvolve esta investigação.

**Tabela 3.2 - Fases de Investigação**

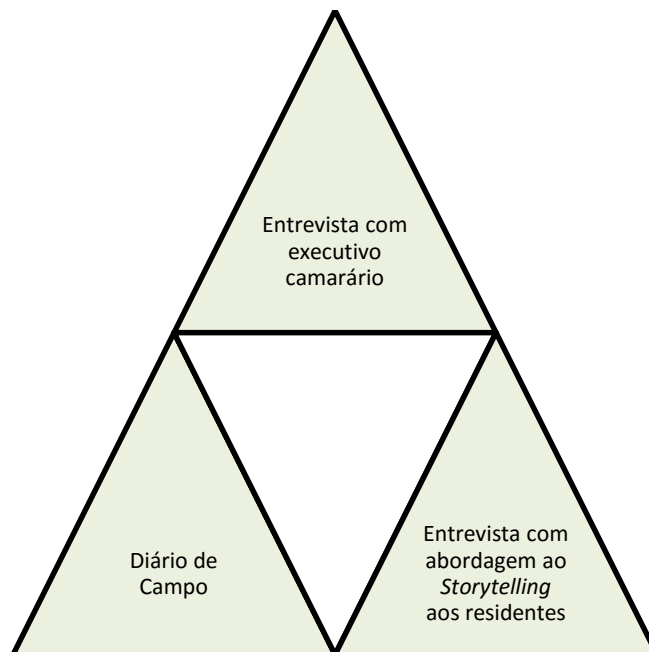
Fases da Investigação	Objetivos	Métodos de recolha de dados
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterizar o estado da arte em torno de conceitos-chave, nomeadamente Marketing dos lugares, <i>Slow Tourism e Storytelling</i> dos residentes;</li> <li>- Caracterizar o Algarve, a Serra Algarvia e o concelho de São Brás de Alportel em termos de oferta e de procura turísticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolha de dados secundários (livros e internet)</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explorar, junto do poder político, de que forma o concelho de São Brás de Alportel, que tem certificação <i>CittaSlow</i> desde 2008, tem adotado estratégias com vista à implementação da filosofia inerente a uma <i>Cittaslow</i>.</li> <li>- Obter indicação de informantes qualificados para o <i>Storytelling</i>.</li> <li>- Identificar produtos/ atividades/ locais <i>slow</i> turísticos na Serra de São Brás de Alportel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista Pessoal</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar produtos/ atividades/ locais <i>slow</i> turísticos na Serra de São Brás de Alportel.</li> <li>- Conhecer os modos de vida do dia-a-dia do passado e presente das gentes da Serra;</li> <li>- Conhecer as formas dos residentes se deslocarem no passado e no presente. Verificar se são formas de transporte lentas;</li> <li>- Identificar as possíveis particularidades da Serra que podem estar de acordo com as mesmas características que levam os turistas <i>slow</i> a procurar a Serra como destino;</li> <li>- Indagar quais os trabalhos/ fainas/ profissões ligadas à terra/ agricultura que promoviam a sustentabilidade dos habitantes e da própria Serra. Saber do que vivem hoje em dia os habitantes da Serra;</li> <li>- Saber qual a perspetiva que os residentes têm para o futuro na Serra;</li> <li>- Conhecer a perspetiva dos residentes face ao turismo;</li> <li>- Conhecer os aspetos mais valorizados pelos residentes, no que respeita ao local onde vivem;</li> <li>- Conhecer a perspetiva dos residentes face às mudanças que foram ocorrendo ao longo do tempo no local onde vivem;</li> <li>- Registrar as narrativas de residentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista</li> <li>- <i>Storytelling</i></li> <li>- Diário de Campo</li> </ul>

Fonte: elaboração própria

### 4.3. Métodos de Recolha

Para este estudo houve uma preocupação em se fazer uma triangulação dos dados (figura 3.2), o que justifica a elaboração de um guião de entrevista para o executivo camarário e um outro guião de entrevista que terminou com uma abordagem ao *Storytelling* junto de vários residentes, complementados com Diário de Campo, conversas informais, monografias do lugar, pesquisa documental de fotografias nos livros e portefólio de fotos da autora tiradas ao longo da investigação (Apêndice 7).

Figura 3.2- Triangulação dos dados



Fonte: elaboração própria

#### 4.3.1. Entrevista

A entrevista é um instrumento de coleta de dados que consiste em obter informações questionando diretamente cada sujeito (Sousa, 2005: 247).

Sousa (2015: 247) refere como objetivos de uma entrevista a averiguação de factos, opiniões, sentimentos, atitudes, decisões ou motivações.

Existem vários tipos de entrevistas que são as não estruturadas, semiestruturadas, estruturadas ou de *focus group*. Uma entrevista de acordo com Ketele (1999:194) pode ser dirigida, semi-dirigida ou livre.

Numa perspetiva **não estruturada** e livre, a entrevista inicia-se sem que se saiba exatamente quais são as questões a fazer no âmbito de um dado tópico. Neste

caso, o guião de entrevista privilegia questões abertas, podendo incluir palavras ou temas chave, centrando-se o papel do investigador no suporte ao entrevistado na exploração do tópico de tal forma que possa emergir novos *insights* face ao mesmo (Morgan, 1997, 1998 in Silva et al., 2014: 181).

Numa perspetiva **semiestruturada**, o guião deverá estar estruturado por grandes capítulos, acompanhado por “perguntas de lembrança”. No início ou no final do guião deve-se fazer perguntas fechadas que servem para se fazer a caracterização da amostra, como o nome, idade, local de residência e data da realização da entrevista. Por norma é o próprio investigador que é o entrevistador, o que permite que o mesmo já conheça bem o guião e por isso tem a possibilidade de fazer as perguntas por outra ordem caso seja oportuno e se adequem ao discurso do entrevistado. De fato a questão mais importante aquando a construção do guião é a clarificação dos objetivos e as dimensões de análise que a entrevista comporta (Guerra, 2006: 53). Nas entrevistas semiestruturadas existem diferentes tipologias: focalizada, semi-padronizada, centrada no problema, de especialista e etnográfica (Flick, 2005: 77).

O método das entrevistas etnográficas é principalmente aplicado, em combinação com a pesquisa de campo e estratégias de observação (Flick, 2005: 94), como irá acontecer neste estudo.

De acordo com Hammersley et al. (1983 in Flick, 2005: 148), o etnógrafo participa de forma aberta ou encoberta na vida quotidiana das pessoas durante um tempo, observa o que acontece, escuta o que é dito e aproveita para fazer perguntas, aproveitando realmente todas as oportunidades disponíveis para arranjar resposta às questões do seu estudo.

Nem sempre é fácil transformar em entrevistas as conversas que se vão tendo ao longo da investigação no terreno, no entanto Spradley (1979 in Flick, 2005: 93) refere os seguintes elementos da entrevista etnográfica que a distinguem de uma “conversa amistosa”:

- Existe um pedido específico para se fazer a entrevista de acordo com o tema da investigação.

- O entrevistado recebe explicações etnográficas, na qual se explica o projeto, utiliza-se linguagem do dia-a-dia adequada ao entrevistado, explica-se como irá ser a entrevista: questões abertas sobre o tema em estudo.
- As perguntas utilizadas são etnográficas, ou seja, são descritivas, estruturais onde será possível perceber como o entrevistado organiza os seus conhecimentos quando responde e, contrastadas, para distinguir as diferentes perspectivas.

A etnografia baseia-se na descrição e construção das realidades sociais para a elaboração de teorias. As questões da investigação centram-se essencialmente na descrição pormenorizada dos estudos de caso. A entrada no terreno tem uma importância crucial para o desenvolvimento empírico e teórico do campo de estudo, não se trata de um problema a resolver apenas no plano técnico (Flick, 2005: 150).

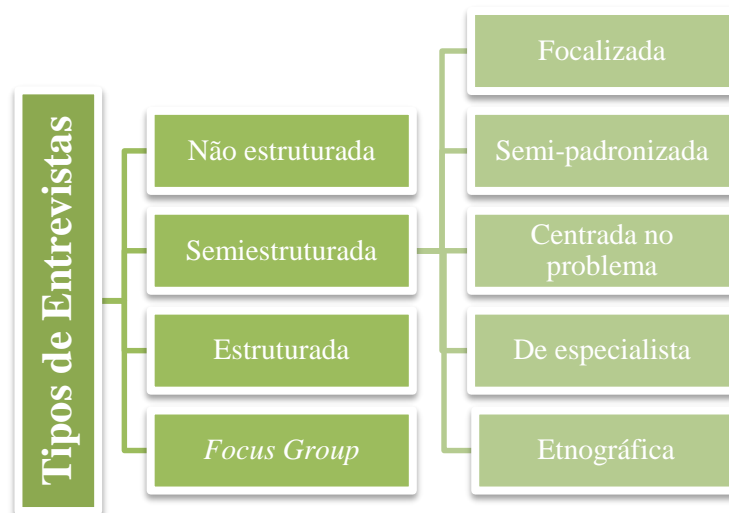
Na abordagem **estruturada** e focada, a entrevista começa com um conjunto de questões pré-determinadas constituindo o objetivo central a obtenção de respostas através da discussão com fundamento nos temas previamente definidos no guião. Nesta abordagem, o guião da entrevista encontra-se fechado desde o início constituindo uma preocupação central do moderador manter o entrevistado centrado na tarefa de obtenção das respostas para as questões previamente delineadas (Morgan, 1997, 1998 in Silva et al., 2014: 180-181).

O **Focus group** trata-se de uma técnica de recolha de dados qualitativos através dum grupo de discussão que interage sobre um tópico apresentado pelo investigador, e que pode ser utilizada em diferentes momentos do processo de investigação (Morgan, 1996, 1997 in Silva et al., 2014: 177). O *Focus Group* para além de explorar o que as pessoas têm para dizer também tem a possibilidade de providenciar *insights* quanto às origens de comportamentos complexos e motivações. Por outro lado, a capacidade de observação do grau e da natureza dos acordos e dos desacordos entre os participantes é uma força única do *focus group* como refere Morgan (1996 in Silva et al., 2014: 178-179). No artigo de Silva et al. (2014: 179) foram citados diversos autores que mencionam algumas características da metodologia *Focus Group*: rapidez de fornecimento de dados, emergência de temas originais, a produção de interações focadas e quais as suas influências, os participantes podem tender a racionalizar as suas respostas, a interação do grupo requer auto-relevação mútua e

alguns tópicos podem não ser aceitáveis para discussão entre algumas categorias de participantes, sobretudo temas ditos sensíveis.

Estas abordagens criam um compromisso que torna possível aceder, por um lado, às perspetivas dos próprios participantes na primeira parte de cada discussão e, por outro, às respostas a interesses específicos do investigador na segunda parte (figura 3.3).

**Figura 3.3 - Tipos de Entrevistas**



Fonte: elaboração própria com base em Silva et al., 2014; Flick, 2005

As próximas etapas para a concretização da entrevista será a elaboração do guião da entrevista, a seleção do entrevistado, ou seja a amostra e o tamanho da mesma.

#### **4.3.2. *Storytelling***

O *storytelling* corresponde a um método de recolha de informação que assenta no “saber” ouvir e entender o público-alvo com o propósito de aprender sobre o tema a investigar e, com base nas estórias narradas, desenhar o seu trajeto. No âmbito da economia das experiências, o *Storytelling* é considerado um dos principais métodos para encenar experiências únicas.

A razão pela qual é útil pesquisar sobre *storytelling* é porque examinar estórias ajuda a esclarecer e a aprofundar o conhecimento sobre o modo como as pessoas resolvem paradoxos desencadeados nas suas mentes (Fournier, 1998 in Hsu et al., 2008: 1223).

As metodologias quantitativas (positivistas) nas quais as estórias refletem eventos no mundo social representam uma verdade que dá acesso a um entendimento do mundo. Para quem opta por utilizar métodos de pesquisa qualitativos (interpretativos) as estórias

podem representar as experiências do contador dessas estórias. Além disso, o esforço que rodeia este tipo de investigação é em si um ato de *storymaking* e *storytelling* (Hopkinson et al., 2006: 158).

O artigo de Levy (2006: 453) explora o modo como as estórias são consumidas, ou seja, o modo como são recolhidas, interiorizadas e transformadas. É útil começar por reconhecer que a palavra "história" tem muitas implicações. Levy enumera oito definições referidas num dicionário comum que variam desde fatos à ficção, da verdade às mentiras, dos rumores às novidades, das diversões ao drama, e usam sinónimos como estória, faz de conta, declaração, anedota, narrativa, artigo, etc. e poder-se-ia ainda acrescentar uma longa lista de outros termos: conto, mito, mexericos, crónica, relatório, evangelho, escrituras, saga, etc. Estes termos indicam a infinidade de maneiras das pessoas se expressarem ao contar estórias e justificam a troca de estórias como uma atividade de marketing. Como também é referido no artigo de Hopkinson et al. (2006: 157), as estórias têm recebido cada vez mais atenção no campo do marketing.

Os conceitos de *storytelling* incluem pessoas, lugares, atos, resultados, crenças e as ligações refletem sentimentos positivos ou negativos ou estados de unidade contra relações não unitárias (Woodside et al., 2005: 164). De acordo com Heider (1958: 201 in Woodside et al., 2005: 164) sentimentos e relações unitárias são mutuamente interdependentes.

*Storytelling* trata-se dum processo narrativo que procura apresentar teorias, difundindo a informação de forma contextualmente curta, atrativa e agradável ao leitor (Borges et al., 2011: 107). A metodologia *Storytelling* mostra-se como um eficiente meio de interação, pois circulam informações que, no seu conjunto, transmitem vida, emoção, racionalidade e sentimentos. *Storytelling* trata-se de pequenas estórias, narrativas curtas e compostas de profundo significado, que pretende dar sentido a um determinado contexto, quer seja individual ou uma ação coletiva, procurando analisar e representar eventos de forma acessível e agradável ao público (Fontana, 2009: 6).

No conceito de narrativa no qual se insere a abordagem *Storytelling* o narrador reapresenta um conhecimento já existente, alterando o modo como é contado, descrito e apresentado, acrescentando aspetos subjetivos que tornem o fato narrado numa linguagem contextualizada, agradável e simples, procurando aproximar o emissor e o recetor (Fontana, 2009: 20-21). Neste sentido, esta abordagem representa um

instrumento para a disseminação do conhecimento, pois a interação da narrativa com os seus ouvintes proporciona novos *insights* para o *storyteller*. Essas histórias, orais e escritas, nem sempre são fáceis de lembrar e compreender, por isso sempre que são contadas, novas lembranças e pensamentos podem contribuir para o seu enriquecimento, proporcionando a legitimidade de quem as ouve (Borges et al., 2011: 109).

O *Storytelling* é visto como a possibilidade de ampliar a base de compreensão que ainda separa o conhecimento científico dos factos quotidianos e populares (Borges et al., 2011: 116). De acordo com Hopkinson et al. (2006: 158), as histórias têm várias características que incluem diferentes pontos de vista sobre a relação entre fatos e valores e, portanto, alegações de verdade, diferentes conceções acerca da relação entre o investigador e investigado, diferentes modos de avaliação e ainda a forma de se apresentar a pesquisa.

O uso da história de vida envolve um foco na biografia e exige que o participante faça conexões entre o passado histórico, o presente e o futuro. Desta forma as histórias de vida, contadas, por exemplo, em entrevistas, são construídas a partir da experiência vivida e trata-se de vidas interpretadas (Goodson, 2001: 138).

Para Dahl et al. (2003: 161), o *storytelling* é uma atividade mais isolada e individual, onde primeiro pede-se aos participantes para recordarem, e descreverem em detalhes as suas histórias, tanto quanto possível. O pedido para o detalhe, mas a posterior falta de questionamento por parte do investigador, quer por sugestão ou sondagem, assume que o narrador vai ser capaz de dar um relato completo, preciso e realista dos eventos que está a contar na sua história (Hopkinson et al., 2006: 160).

Fournier (1998: 344) começa pela análise ideográfica de cada caso, apontando o particular e único que não seria de esperar ver replicado na população. Estas análises são vistas como uma missão exploratória orientada para a descoberta.

De acordo com Hopkinson et al. (2006: 165), a informação (dados, descobertas, resultados) gerada através da recolha, análise e interpretação de histórias tem que ser avaliada contra diferentes conjuntos de critérios, dependendo dos pressupostos ontológicos e epistemológicos subjacentes do investigador, que proponham plausibilidade, autenticidade e criticabilidade.

Para Fournier (1998: 348) a confiança num argumento para a construção duma teoria que convença o leitor, requer verificações que resultam da aplicação da triangulação através de estórias (por exemplo, a recolha de múltiplas histórias contadas pela mesma pessoa), através de entrevistas (por exemplo, uma série de entrevistas com o mesmo informador em várias ocasiões diferentes), e das fontes de informação (por exemplo, listas de compras, conteúdos de prateleira, estórias de outros membros da família).

As estórias individuais são recolhidas com o objetivo de quantificar posteriormente os dados de modo a que a estória individual se torne parte da explicação quantificada da sociedade: o indivíduo está em segundo plano e o social está em primeiro plano (Crystal, 1985: 124).

Foucault (1977 in Hopkinson et al., 2006: 166) refere que a investigação, baseada em estórias, redireciona o poder entre investigado e investigador, e pode dar poder aos marginalizados e geralmente silenciados, exigindo uma exploração crítica cuja voz é representada/ relatada.

Segundo a teoria da narrativa, o narrador é seletivo no que conta ao investigador e nas teorias que traz para suportar o fornecimento de uma narrativa sobre um determinado evento (Polkinghorne, 1987 in Hopkinson et al., 2006: 167). O próprio investigador também tem a sua própria estória para contar (Hopkinson et al., 2006: 167).

Para que se compreenda o modo como os consumidores incorporam as estórias e acreditam nelas, é necessário olhar para o passado, para a lembrança e influência das estórias de infância e das estórias que tenham lido ou que lhes tenham sido contadas. De referir a importância da perceção de estórias particulares retiradas de contos bem conhecidos de carácter histórico, religioso e literário, sabendo como estas estórias são consideradas favoráveis, como são consideradas verdade e como são importantes para os sujeitos. Outro aspeto a referir é sobre o peso que os inquiridos colocam sobre as suas crenças nas estórias, o qual pode ser explorado sabendo se as pessoas tentam convencer outras pessoas da verdade e do valor de uma estória (Levy, 2006: 454).

De acordo com a recolha feita por Levy (2006: 454-455) existem várias explicações que indicam a importância de se contar estórias, ou seja, de praticar *storytelling*:

→ A necessidade de comunicar: as pessoas contam estórias, pois isso é essencial.

- Estórias criam memória social: como criaturas pensantes, com uma estória, os recetores de estórias absorvem-nas para construir o seu caráter, para sustentar a identidade da família e a tradição cultural.
- Estórias transmitem informações: embora a palavra estória muitas vezes signifique ideias fictícias, as novidades são fornecidas, os fatos são aprendidos e a mente é expandida.
- Estórias testam a realidade: ao se apreciar estórias, sejam felizes ou tristes, esta é uma forma de reconhecer a vida. Além de trazerem fatos, as estórias ajudam a organizar a realidade e a dar-lhe um propósito, ensinando maneiras de lidar com situações potenciais.
- Estórias estimulam a fantasia: além de darem a novidade, as estórias ajudam as pessoas a pensarem sobre as experiências românticas, ao contrário de si próprios. Estimulam a imaginação e a criatividade, e a fugir da vida quotidiana.
- Estórias estimulam emoções: há uma ideia de diversão e entretenimento associado às estórias. Os personagens das estórias podem criar diferentes sentimentos, emocionando o contador e o espetador. Até mesmo as estórias de desastres ou horror, que podem não parecer agradáveis por si só, podem fascinar os leitores ou espectadores.

Como é referido por Levy (2006: 455-459), a maioria das estórias são entendidas como instrutivas, projetadas para ensinar uma lição, e podem ser agrupados nas seguintes categorias principais: mitos familiares, estórias de edificação e estórias de fundação (tabela 3.3).

**Tabela 3.3 - Categorias de estórias e principais características**

<b>Categorias Estórias</b>	<b>Características</b>
<b>Mitos familiares</b>	São estórias que têm qualidades tradicionais, lendárias e de epítome (resumos). Os mitos estão ligados à cultura local, fazendo parte do <i>folclore</i> na sociedade, como por exemplo a estória do “boogie man” que provoca medo. As <i>estórias familiares</i> têm a ver com o passado ancestral (estórias genealógicas) contando sobre as origens nacionais ou étnicas duma família, elas expressam quem somos, de onde viemos, e lembram-nos da linhagem que será transmitida às gerações futuras, ou seja, as famílias ensinam os seus filhos maneiras de pensar e sentir as suas identidades. Os <i>pequenos mitos</i> referem-se a experiências passadas que servem para humanizar e individualizar os pais e avós, para divertir, despertar a nostalgia, orgulho e outros sentimentos, entre a solidariedade para

	<p>com a família de acolhimento e a transmissão de valores. Estas estórias costumam fazer as pessoas rirem, embora muitas vezes pareçam triviais, mas é bom para elas sentir que pertencem aquele sítio, podendo apreciar a estória com humor. O riso também pode ser uma forma de uma pessoa se reconciliar consigo mesma quando lembram por muito tempo maus tratos sofridos, e estas histórias podem ser uma forma de reduzir provocação, humilhação ou assédio moral (Levy, 2006: 455).</p>
<b>Estórias de edificação</b>	<p>São aquelas que são especificamente identificadas com o objetivo de orientar ou criar força de caráter moral, procurando inculcar comportamentos corretos nas crianças. Essas estórias costumam usar animais para exemplificar traços tipicamente associados às crianças. Existem variadas formas de estórias, como mitos, lendas, fábulas, folclóricas, contos de fadas, parábolas, contos da carochinha, romances, peças de teatro e poemas. Os assuntos abordados salientam a moral da estória e é vista como parte da sua formação de caráter ou como um guia geral de modo de viver, citam temas como confiança, honestidade, trabalho em equipa, tolerância, criatividade, coragem, ousadia, cuidado, partilha, solidariedade, esperança e a ideia de escolher o bem em vez do mal. Ou seja, atender à ficção serve o processo de desenvolvimento da personalidade, de aprender mais sobre as pessoas e como lidar com as situações da vida. Estes contos são fantasias, encontram-se cheios de metáforas, alegorias e imagens, o que significa que são veículos simbólicos para representar verdades. (Levy: 2006: 455-456, 460-461).</p>
<b>Estórias de fundação</b>	<p>São de natureza religiosa, com pessoas a distinguir o significado da sua profundidade, do sobrenatural, do sagrado, do fundamental ou do essencial. Mas a ciência também tem estórias de fundação. Quanto à verdade e a força da crença, as pessoas podem ser questionadas sobre como se sentiram quando encontraram outras pessoas que são descrentes ou que odeiam essa estória e o quanto tentam convencê-los disso. Existe a vertente da <i>ficção e verdade simbólica</i> onde se recomenda uma estória, um filme, um livro, um programa de televisão, mas apenas alguns fervorosos fãs de um conto de ficção gostam o suficiente para promovê-la ativamente para outras pessoas. Por outro lado temos a <i>estória e a dura verdade</i>, quando as estórias citadas são episódios históricos as reações são diferentes, as pessoas acreditam nessas estórias por serem literalmente verdade, pois são contos de eventos reais, quando pressionados para explicarem essa crença, os indivíduos citam registos, pessoas que conheciam pessoas que estavam lá, o conhecimento comum e a autoridade do que é ensinado na escola. Por fim temos as <i>estórias de fundação e a verdade básica</i>, onde as figuras religiosas têm um papel preponderante, os membros que se caracterizam como crentes devotos fiéis, escolhem essas estórias por serem importantes e verdadeiras para eles (Levy, 2006: 456-457).</p> <p>As estórias de fundação baseiam-se em algumas características como a <i>tradição familiar</i>, onde as pessoas atribuem formação religiosa ao ambiente familiar e exposição precoce que regem tanto a aprendizagem social, como a incorporação de qualquer comportamento. O <i>reforço</i> é associado à frequente repetição, à forma como uma pessoa cresce, o ambiente das escolas religiosas, a frequência da igreja, literatura e inúmeras</p>

instituições sociais, bem como a linguagem quotidiana, servem para tornar a crença em estórias religiosas que parecem corretas e naturais. Quanto à *mensagem*, o adulto justifica a sua crença ou descrença por maturidade de processos cognitivos de compreensão ou introspeção. Os consumidores de estórias de fundação explicam a sua convicção de que a verdade da sua estória é história, aparente ou demonstrável, que há provas da sua veracidade, ou recorrem à sua ampla aceitação (Levy, 2006: 457-458).

Fonte: autor, Levy, 2006

A forma como se escrevem as estórias para se encaixarem no género estabelecido para a área de investigação, devem ir ao encontro das expectativas da audiência (Hopkinson et al., 2006: 168).

Thompson (2002: 144 in Hopkinson et al., 2006: 168) enfatizou a importância da identificação dos pressupostos subjacentes adotados, das convenções retóricas e dos interesses sociais que moldam as estórias dos consumidores que os investigadores contam.

De acordo com Czarniaswska (2004: 15) existem vários estágios de ação na investigação do *Storytelling*, que vão desde o campo da prática (empírico) até ao domínio da investigação (teórica), na utilização e produção de estórias para a pesquisa de marketing:

- 1) Decidir o tipo de estória a ser recolhida (ligada a diferentes pressupostos ontológicos e epistemológicos sobre a natureza da realidade e criação de conhecimento, por exemplo, um incidente crítico, estórias pessoais, mitos, para fins de investigação);
- 2) Identificar a fonte de estórias (informadores, entrevistados, participantes);
- 3) Escolher o contexto para se contar estórias (entrevistas e questionários);
- 4) Incitar a narração (diferentes estímulos e solicitações);
- 5) Recolher as estórias (escritas, orais, gravadas, diários);
- 6) Analisar/ interpretar as estórias (ou seja, o que dizem e como dizem, os diferentes métodos de análise variam entre análise de conteúdo, dedutivo e indutivo através de codificação para leitura impressionista);
- 7) Escrever as estórias (casos e categorias codificadas);
- 8) Criar a sua própria estória (construção da teoria/ criação);
- 9) Colocar a estória recolhida contra ou juntamente com outras estórias (identificar a contribuição para o estudo).

Para motivar as pessoas a atingir determinados objetivos, a persuasão deve envolver as emoções, e a chave para chegar ao coração das pessoas, é a estória. Ao contar uma estória convincente é possível unir uma ideia a uma emoção pois, para além das informações fornecidas, também se deve despertar emoções e energia no ouvinte. Contudo, persuadir com uma estória é algo difícil. É necessária habilidade para contar estórias de modo a se tornarem memoráveis. Se a pessoa souber aproveitar a sua imaginação e os princípios de uma estória bem contada, então conseguirá entusiasmar as pessoas (McKee, 2003: 6).

Um bom contador de estórias cria cenários na sua cabeça de possíveis eventos futuros e descreve como é lidar com forças opostas, fazendo com que o protagonista tenha de trabalhar com recursos escassos, tomar decisões difíceis, agir apesar dos riscos, e, finalmente descobrir a verdade (McKee, 2003: 6).

Em termos de avaliação da estória e do seu contributo para a criação e propagação de conhecimento, Golden-Biddle et al. (1993 in Hopkinson et al., 2006: 171) refere três dimensões para a construção dum argumento com uma estória convincente para contar: plausibilidade, autenticidade e criticabilidade. Autenticidade diz respeito ao esforço para convencer os leitores de que a interpretação é redigida a partir de dados.

Existem alguns problemas relacionados com as estórias que serão de seguida apresentados (tabela 3.4).

**Tabela 3.4 - Quadro resumo dos problemas existentes com estórias**

<b>Problemas com as estórias</b>	<b>Resolução do problema</b>	<b>Fonte</b>
Acreditar numa estória diferente da narrada	Deve-se resolver o conflito através de conversação com discussão razoável, mostrando alguma flexibilidade sem entrar em conflito.	Levy, 2006: 458-459
Dificuldade em reconhecer que os investigadores podem ter dois papéis distintos, como compiladores da estória e como contadores de estórias (storytellers).	Esta situação ocorre quando o objetivo é o de permitir que a voz do participante possa-se concretizar claramente na narração de contos do campo (compiladores da estória). E a outra situação acontece quando o investigador chega perto de se apropriar da estória com a finalidade de construção ou produção da teoria (contadores de estórias).	Hopkinson et al., 2006: 171
Concentração em estórias de consumidores, que precisam ser adaptadas para o mercado mais amplo	As estórias também são geradas noutros lugares no mercado, por vezes propositadamente.	Hopkinson et al., 2006: 171-172

Perda de controlo da estória (incorporação da estória numa outra estória)	Deve-se aceitar que a própria estória contada pode ficar fora do nosso alcance e pode muito bem ser incorporada numa outra estória, sobre a qual pouco ou nenhum poder se terá, e portanto nenhum controle. Ao ser incorporada no mundo mais amplo de estórias, a estória será (re)movida do primeiro plano para o segundo plano.	Hopkinson et al., 2006: 172
---------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------

Fonte: elaboração própria com base nos autores apresentados

### 4.3.3. Diário de Campo

A reprodução da realidade no texto inicia-se com o registo das notas de campo, que tem a ver com a perceção e as apresentações seletivas do investigador. Os aspetos que são referidos nas notas transformam-se num acontecimento que o investigador e o leitor irão passar a prestar atenção repetidamente, e assim, desta forma, uma ocorrência que seria natural do percurso diário e transitório, ganha valor (Flick, 2005: 172).

Spradley (1980 in Flick, 2005: 173) sugere quatro formas de registo das notas de campo:

- Relatos reduzidos a palavras, frases, citações, expressões, etc;
- Relato alargado das impressões das entrevistas e contatos no terreno;
- Diário de trabalho de campo com experiências, ideias, erros, confusões, avanços e problemas que possam surgir no decorrer do trabalho de campo;
- Notas sobre as análises e interpretações após os contatos com o terreno e que se prolongam até ao final do estudo.

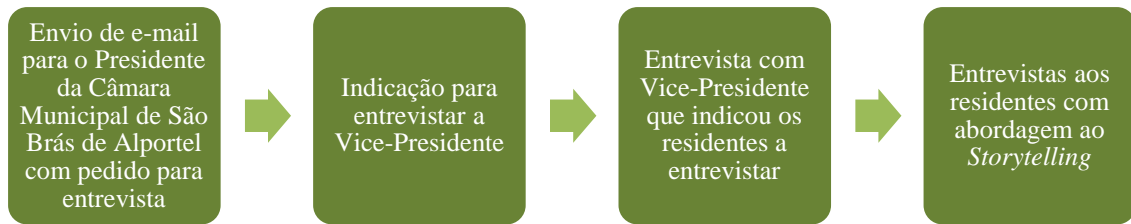
Na ótica de Strauss (1987 in Flick, 2005: 173), estes registos podem ser utilizados como memorandos para o desenvolvimento de uma teoria enraizada.

O investigador deve registar apenas as intervenções da vida quotidiana em estudo que são absolutamente necessárias para responder à questão da investigação. Com a redução de equipamentos de gravação aumenta-se a probabilidade do investigador conseguir captar o autêntico comportamento do dia-a-dia em situações naturais (Flick, 2005: 173-174).

### 4.4. População e sujeitos de investigação

De modo a que se compreenda melhor o processo de identificação dos sujeitos a investigar apresenta-se o seguinte esquema (figura 3.4):

**Figura 3.4 – Processo para a identificação dos sujeitos a investigar**



Fonte: Elaboração própria

No âmbito da entrevista, a seleção do entrevistado obedeceu aos princípios de uma amostra intencional (*purposive sample*) pois será através de indicação do Presidente da Câmara de São Brás de Alportel que indicará a pessoa adequada para dar resposta aos objetivos do estudo. Quanto à dimensão da amostra será feita apenas uma entrevista, portanto será uma pessoa.

No que diz respeito à identificação dos informantes, entrevistados, participantes (Czarniaswska, 2004: 15) junto dos quais serão recolhidas as estórias através da entrevista com uma abordagem ao *Storytelling*, atuou-se segundo os princípios da amostragem não probabilística em que os indivíduos são identificados a partir da identificação de outra pessoa. Estas pessoas serão encontradas conforme a indicação por parte da entrevista realizada na segunda fase, segundo o critério de que são membros da população considerados boas fontes de informação para o objetivo do estudo. Tratam-se, portanto, de amostras intencionais (*purposive sample*), não probabilísticas. Quanto ao número de participantes para a amostra em estudo poder-se-á contar com quatro pessoas, uma por cada entrevista.

Para esta pesquisa qualitativa procurar-se-á assegurar uma diversificação interna, garantida pela participação de um grupo de pessoas homogéneo, onde se explorará a diversidade interna desse grupo (Guerra, 2006: 41).

De acordo com dois estudos identificados na literatura dedicados ao *Storytelling* no Turismo (Woodside et al., 2005: 162-174; Hsu et al., 2008: 1223-1254) justifica-se que a amostra seja entre duas a três pessoas entrevistadas para recolher estórias sobre cada um dos lugares em apreço. O mesmo procedimento será adotado no âmbito desta

investigação, onde se entrevistará quatro sujeitos (dois sujeitos por cada local, nascidos em dois locais distintos na Serra - Parises e Cabeça do Velho).

## 4.5. Procedimentos de recolha de informação

### 4.5.1. Entrevista

Face ao carácter exploratório da pesquisa, revelou-se fundamental iniciar o trabalho de campo com uma entrevista junto de um ator local com responsabilidades na gestão pública do território, de modo a identificar Atividades/ Locais/ Produtos enquadrados na esfera da designação *Cittaslow* atribuída ao município, assim como as pessoas que apresentariam melhores condições para relatar as estórias. Deste modo, o percurso para atingir este objetivo e proceder à respetiva recolha de informação através da entrevista tem início com um primeiro contato via e-mail dirigido ao Gabinete de Apoio à Presidência da CM de São Brás de Alportel com o propósito de apresentar sumariamente o objeto de estudo e solicitar encaminhamento para responsável da área de Património e Turismo da Câmara Municipal de São Brás de Alportel, potencial entrevistado (para averiguar os factos, opiniões e decisões do município). Esta entrevista será do tipo estruturada, assemelhar-se-á a um questionário, no qual existirão questões que procuram obter pouca ambiguidade.

Ir-se-á optar ainda por utilizar uma entrevista dirigida onde o discurso não será contínuo, pois será uma situação de pergunta-resposta, com perguntas muito bem preparadas e feitas por uma ordem precisa, o que levará a que se recolha informação concisa num período de tempo relativamente curto.

O guião de entrevista é apresentado no Apêndice 1 e abaixo apresenta-se a tabela 3.5 com os objetivos para o guião.

**Tabela 3.5 - Guião de entrevista com a responsável da Câmara Municipal**

Objetivos	Questões
- Legitimar a entrevista, ou seja, apresentação da investigação, pedido de autorização para gravação, explicação da importância da colaboração da entrevistada para	Bom dia,  Antes de mais gostaria de agradecer pela sua disponibilidade e de saber se se importa que a nossa conversa seja gravada?  Portanto, neste momento encontro-me a fazer uma tese de mestrado em Marketing na Universidade do Algarve sobre Turismo <i>slow</i> , intitulada "Estórias para um turismo <i>slow</i> . Contributos para o marketing na Serra Algarvia".  Tenho vindo a pesquisar sobre este tema e sobre São Brás de Alportel como <i>cittaslow</i> , e procurei inteirar-me de todas as atividades existentes neste âmbito.

o estudo. Com isto garantir a salvaguarda das questões éticas da investigação.	<p>A questão de partida desta minha investigação é a seguinte: Quais as narrativas peculiares do seu território que os residentes utilizam para apresentar a serra no concelho de São Brás de Alportel como destino turístico <i>slow</i>?</p> <p>Por isso, o objetivo desta nossa conversa será contextualizar-me e indicar-me atividades/ locais/ produtos <i>slow</i> e alguns residentes na Serra que me possam contar as suas estórias.</p>
--------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temática	Categorias	Objetivos	Questões	Fontes
São Brás de Alportel	<i>Cittaslow</i>	- Explorar junto do poder político o que levou o município a desenvolver esforços para que São Brás de Alportel fosse uma <i>Cittaslow</i> .	1) O que é que São Brás de Alportel tem de especial que justificou em 2008, a candidatura a <i>Cittaslow</i> ?	- CittaSlow International Charter (2014)
	<b>Atividades/ Locais/ Produtos <i>slow</i></b>	<p>- Fazer um levantamento de Atividades/ Locais/ Produtos no âmbito da vida <i>slow</i> em São Brás de Alportel, tendo em conta que se trata de uma <i>cittaslow</i>.</p> <p>- Referir os cinco pontos-chave sobre o que os turistas <i>Slow</i> procuram nas atividades dum destino quando o visitam.</p>	<p>2) Sabendo que o turista <i>slow</i> procura no destino que visita: viver a Natureza; conhecer e envolver-se com a vida local e a cultura local; as atividades desportivas; conhecer o Passado e o Património material e imaterial; e sobretudo passar o tempo, sem pressa para realmente aprender e usufruir da experiência.</p> <p>Neste sentido, pergunto-lhe que Atividades/ Locais/ Produtos foram desenvolvidas para dar suporte ao reconhecimento de São Brás como <i>Cittaslow</i>?</p>	- Dall' Aglio, 2011: 80
		- Tendo em conta estes fatores serão selecionadas através de sugestão do técnico apenas algumas Atividades/ Locais/ Produtos com interesse	3) Quais destas atividades/ locais/ produtos considera mais representativos, autênticos e únicos deste território e que têm potencial turístico	- Heitmann et al., 2011

		para a recolha, exploração e produção de estórias.	para serem melhor explorados/ divulgados no âmbito do conceito <i>slow</i> ? Peço-lhe para escolher as mais importantes.	
	<b>Residentes</b>	- Indicação das pessoas representativas selecionadas para a próxima fase do estudo. A característica de representatividade que se procura tem a ver com autenticidade, conhecimento e vivência das estórias que poderão ser recolhidas.	4) Com base no conhecimento que tem da nossa população, pode indicar-me pessoas da comunidade que contem pela sua vivência e autenticidade, estórias interessantes sobre cada uma dessas Atividades/ Locais/ Produtos?	- Ekinci, 2014; - Rodrigues et al., 2010

Fonte: elaboração própria

#### 4.5.2. Entrevistas com abordagem ao *Storytelling*

Nesta fase deste estudo exploratório, utilizar-se-ão as entrevistas pessoais com uma abordagem ao *Storytelling*, para a recolha de estórias.

Sendo que esta investigação visa recolher estórias optar-se-á por criar um guião de entrevista semiestruturado, mais concretamente tratar-se-á de entrevistas etnográficas.

As questões de resposta aberta permitirão uma perspetiva mais livre, o que poderá incentivar a criação de novos *insights*, ideias e estórias no âmbito do que poderá ser interessante para o turista *slow* conhecer sobre a Serra e os seus residentes. Contudo, este método salienta a dificuldade de organizar e manter as situações de entrevista, devido à sua estrutura aberta (Flick, 2005: 94).

O local onde se fará as entrevistas deverá ser representativo do que se está a trabalhar naquele momento, de modo a que se possa avivar as memórias das pessoas e apelar ao seu imaginário para que se possam recolher estórias contextualizadas. Optar-se-á então por se realizar as entrevistas na casa de cada um dos residentes entrevistados, pois o controlo do território da entrevista coloca o entrevistado mais à vontade (Guerra, 2006: 60).

Serão realizadas quatro entrevistas a pessoas distintas, sendo que a investigadora será a entrevistadora mas levará consigo uma pessoa para auxiliar nas questões logísticas, como a gravação das entrevistas. Como estas entrevistas irão ser gravadas e filmadas, posteriormente poder-se-á fazer uma análise e tratamento mais pormenorizados das informações/ estórias recolhidas, nomeadamente a transcrição das entrevistas.

#### 4.5.2.1. Pré-teste ao guião de entrevista

Antes de efetuar as entrevistas com os residentes, optou-se por testar o guião, entrevistando um individuo com experiências de vida em meio rural, o que levou à adequação de algumas perguntas, assim como da linguagem utilizada, para que as questões ficassem mais perceptíveis. Verificou-se, também, a necessidade de introduzir algumas perguntas de lembrança (Guerra, 2006: 53) para que, quando o entrevistado não refere os aspetos pretendidos nas suas respostas, eles sejam recordados mais adiante.

O guião de entrevista é apresentado no Apêndice 2 e abaixo apresenta-se a tabela 3.6 com os objetivos para o guião.

**Tabela 3.6 - Guião de entrevista com abordagem ao *Storytelling* com residentes**

Objetivos	Questões
- Legitimar a entrevista, ou seja, apresentação da investigação, pedido de autorização para gravação, explicação da importância da colaboração dos entrevistados para o estudo. Com isto garantir a salvaguarda das questões éticas da investigação.	Olá,  Antes de mais gostaria de agradecer pela sua disponibilidade e de saber se se importa que a nossa conversa seja gravada?  Chamo-me Ana Beatriz e neste momento, encontro-me a fazer uma tese de mestrado em Marketing na Universidade do Algarve sobre Turismo <i>slow</i> , que se chama "Estórias para um turismo <i>slow</i> . Contributos do marketing na Serra Algarvia".  Pretendo com esta conversa, que me conte como era a sua vida antigamente e como é hoje e me conte algumas estórias da Serra associadas ao que fomos falando.  Passemos então à nossa entrevista:
- Confirmar se os entrevistados se enquadram realmente nos sujeitos de investigação para o objetivo que se pretende atingir com estas entrevistas.	1) Como se chama? 2) Qual é a sua idade? 3) Onde reside?

Temáticas	Objetivos	Questões	Fontes
<b>Modos de vida dos residentes</b>	- Conhecer os modos de vida do dia-a-dia do passado e presente das gentes da Serra (5 e 6).	<b>5 – Como era a vida antigamente?</b> - Alimentação (o que comiam?) - Roupa (Como andavam vestidos, onde arranjavam a roupa e como era feita a limpeza, manutenção da roupa?) - Compras (onde fazia as suas compras?) - Educação (ia à escola?) - Trabalho no campo (trabalhavam no campo? Como era? O que faziam?) - Saúde (quando estavam doentes como era?) - Diversão (o que faziam para se divertir?) <b>6 - E como é a vida hoje em dia?</b>	- Dickinson et al., 2010 citado em Smith, 2012: 6 - Mintel, 2011 citado em Smith, 2012: 7 - Lee et al., 2014
<b>Modos de Transporte e acessos</b>	- Conhecer as formas dos residentes se deslocarem no passado e no presente. Verificar se são formas de transporte lentas (9 e 10).	<b>9 – Como é que se deslocava?</b> <b>10 – E agora como se desloca?</b>	- Dickinson et al., 2010 citado em Smith, 2012: 6 - Mintel, 2011 citado em Smith, 2012: 7 - Heitmann et al., 2011: 119
<b>Sustentabilidade da Serra</b>	- Identificar as possíveis particularidades da Serra que podem estar de acordo com as mesmas características que levam os turistas <i>slow</i> a procurar a Serra como destino (4). - Indagar quais os trabalhos/ fainas/ profissões ligadas à terra/ agricultura que promoviam a sustentabilidade dos habitantes e da própria Serra. Saber do que vivem hoje em dia os habitantes da Serra (7 e 8). - Saber qual a perspetiva que os residentes têm para o futuro na Serra (12). - Conhecer a perspetiva dos residentes face ao turismo (13). - Conhecer os aspetos mais valorizados pelos residentes, no que respeita ao local onde vivem (14).	<b>4 - Porque é que vive na Serra?</b> - Sempre viveu na serra? - O que gosta mais no local onde vive? <b>7- Vivia do quê?</b> <b>8 - E hoje em dia vive do quê?</b> <b>12 - Qual acha que vai ser o futuro da nossa Serra?</b> <b>13 - O que pensa do turismo na serra?</b> - Costuma ver turistas por cá? - Gosta de comunicar com eles? - O que lhe parece que eles mais gostam por aqui? <b>14 - Faça o seu apelo para que as pessoas subam à Serra.</b>	- Speakman, 2005: 134  - Caffyn, 2009; Heitmann et al., 2011 citados em Smith, 2012: 8  - Lerner e Haber, 2000: 79-80 - Dell'Aglio, 2011: 61-64  - Woehler, 2004, in Conway et al., 2010: 332 - Ocke et al., 2014: 676
<b>Passagem do tempo</b>	- Conhecer a perspetiva dos residentes face às mudanças que foram ocorrendo ao longo do tempo no local onde vivem (11).	<b>11 - O que é que mudou aqui na Serra ao longo dos tempos? Como vê as mudanças que foram ocorrendo na serra ao longo dos tempos?</b>	- Krippendorff, 1984: 131

<b>Estórias (Storytelling)</b>	- Recolher estórias significativas das gentes e da vida local (15).	<b>15 - Lembra-se de alguma estória que se tenha passado consigo aqui na Serra ou com algum dos seus antepassados, que me queira contar?</b>	- Heitmann et al., 2011: 117-118 - Varley et al., 2015: 82-84 - Dell'Aglio, 2011: 71
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: elaboração própria

#### 4.5.3. Diário de Campo

O diário de campo tem como objetivos a confirmação das informações recebidas anteriormente nas entrevistas com abordagem ao *Storytelling* e o aprofundamento dos conhecimentos para o estudo relativos a estórias adaptadas ao contexto.

Essas notas de campo irão ser recolhidas no decorrer de atividades de envolvimento com a população residente na Serra, nomeadamente em contextos de caminhada na Serra com residentes, almoço partilhado com residentes na Serra e conversas pós entrevistas. Essas atividades irão decorrer entre dia 2 e 8 de Novembro de 2015. De seguida apresenta-se a grelha que servia de diário de campo (tabela 3.7).

**Tabela 3.7 - Grelha Diário de Campo**

Temáticas	Contexto	Data	Descrição	Observações

Fonte: elaboração própria

#### 4.6. Métodos de Análise de dados

O *output* resultante desta etapa da pesquisa, com várias fases e métodos de recolhas de informação, irá resultar em várias tabelas e esquemas com informação resumida relativa à entrevista com elemento do executivo camarário e aos residentes. Terá particular enfoque um mapa identificando as estórias narradas pelos residentes do concelho. A análise dos dados será feita através de um método qualitativo, a análise de conteúdo utilizando o *software NVivo* para organizar a informação e tratamento dos dados obtidos manualmente.

#### **4.6.1. Análise de Conteúdo**

A análise de conteúdo é uma técnica que utiliza o confronto entre um quadro de referência desenvolvido pelo investigador e o conteúdo do material empírico recolhido (Guerra, 2006: 62; Sequeira, 2015: 271).

“ (...) a análise de conteúdo tem uma dimensão descritiva que visa dar conta do que nos foi narrado e uma dimensão interpretativa que decorre das interrogações do analista face a um objeto de estudo, com recurso a um sistema de conceitos teóricos-analíticos cuja articulação permite formular as regras de inferência” (Guerra, 2006: 62).

Bardin (1979 in Guerra, 2006: 63) refere a análise de conteúdo categorial, que se trata de uma análise temática (Ghiglione et al., 1992 in Lima et al., 2006: 111), e que constitui a primeira fase da análise, que é geralmente descritiva.

A análise categorial é a operação através da qual os dados são classificados e reduzidos. Consiste na identificação das unidades pertinentes que podem influenciar um determinado fenómeno em estudo, reduzindo assim os atributos de forma a utilizar apenas as variáveis explicativas pertinentes para o estudo (Guerra, 2006: 78; Lima et al., 2006: 109).

Para Poirier et al. (1983: 2016 in Guerra, 2006: 80), a categoria é uma rubrica significativa ou uma classe que agrupa todos os elementos do discurso de acordo com uma noção geral.

Para este estudo, serão utilizados procedimentos abertos – exploratórios (Lima et al., 2006: 110). Este processo será essencialmente indutivo, na medida em que se parte dos dados empíricos para a formulação de uma classificação adequada. Contudo, é incontestável que uma primeira formulação das categorias, no caso das entrevistas, pode ser inspirada pelos objetivos ou pelos tópicos de questionamento que foram estabelecidos no guião de preparação das categorias. Portanto, a categorização pode sofrer algumas remodelações à medida que novos dados vão sendo considerados.

Sendo que se trata duma análise descritiva, será mais abstrata e não exclusiva, ou seja, na mesma entrevista poderão existir vários dos fatores explicativos encontrados e nenhum dos discursos dos entrevistados contém todas as variáveis (Guerra, 2006: 80).

Deverá procurar-se seguir alguns princípios (Lima et al., 2006: 122-123) que ajudam a que a categorização utilizada seja defensável (figura 3.5):

- Exclusão mútua: garantir que as categorias sejam concebidas para que o conteúdo definido para cada uma delas não se sobreponha nas várias categorias.
- Homogeneidade: seguir um único princípio de classificação das categorias para que exista uma coerência de critérios que irá tornar a categorização perceptível como um todo.
- Exaustividade: verificar se a categorização abrange todas as unidades de registo pertinentes para o estudo.
- Pertinência: fazer com que o sistema de categorias criado possa ser defendido de acordo com as questões de investigação e com o material empírico e teórico.
- Produtividade: conseguir que as categorias forneçam resultados férteis em índices de inferências, novas hipóteses e dados exatos.
- Objetividade: para cada categoria apenas deverá pertencer uma unidade de registo, independentemente de quem faça a codificação.

**Figura 3.5 - Princípios para a categorização**



Fonte: autor, Lima et al., 2006

Uma vez assegurada a categorização, há que definir as unidades de registo e as unidades de contexto (Lima et al., 2006: 114-116). As unidades de registo semânticas ou temáticas referem-se a unidades de sentido ou de significado, independentemente da palavra ou palavras com que foram expressas na mensagem. A partir das unidades de registo que forem codificadas em cada categoria serão extraídos os diversos indicadores que ajudam na compreensão da própria categoria, de acordo com a ótica dos inquiridos. Em relação às unidades de contexto (tabela 3.8), estas podem ser unidades de registo formal para cada uma das entrevistas realizadas, na medida em que permitem compreender o sentido de cada uma das unidades de registo que foram recortadas e que se pretende codificar.

**Tabela 3.8 - Unidades de Contexto**

Unidades de Contexto	
E	Entrevista Dra. Marlene Guerreiro
E1	Entrevista Sr. José Ramos
E2	Entrevista Ângela Fortes
E3	Entrevista Sra. Albertina Brito
E4	Entrevista Noémia Pires
DC	Diário de Campo

Fonte: elaboração própria

Como refere Lima et al. (2006: 125), embora nenhum programa informático possa fazer a análise de conteúdo, o mesmo poderá ajudar a colocar em ação a análise de conteúdo que o investigador delineou. Ou seja, mesmo utilizando um programa informático, o investigador continuará a ter que tomar todas as decisões sobre o que fazer, como e porquê. Assim, no âmbito deste estudo, os dados recolhidos irão ser categorizados, organizados e registados num instrumento informático de suporte à organização e análise de dados, o *software* de análise de dados qualitativos *NVivo* versão 10 e posteriormente os dados serão tratados manualmente (Apêndices 3, 4 e 5).

De seguida apresenta-se a tabela 3.9 como síntese da metodologia adotada para esta investigação:

**Tabela 3.9 - Síntese da Metodologia**

Síntese da Metodologia		
Estratégia de Investigação	Investigação Qualitativa. Estudo Exploratório	
Metodologia de Recolha de Dados <b>(Organização e implementação da recolha de dados)</b>	Elaboração de guiões de entrevista e de procedimentos	
	Definição da amostra intencional	
	Entrevista estruturada	
	Entrevistas semiestruturadas etnográficas com abordagem ao <i>Storytelling</i>	
	Outras fontes de informação	- Consulta de dados da CM de São Brás de Alportel - Diário de Campo (resultante de observações e conversas informais)
Metodologia de Tratamento de Dados <b>(Organização, análise e interpretação dos dados)</b>	Transcrição das entrevistas	
	Análise de Conteúdo categorial das entrevistas e do diário de campo.	Análise e Interpretação da informação
	Codificação e inserção dos dados no programa <i>NVivo</i>	
	Análise qualitativa dos dados manualmente	

Fonte: elaboração própria

# CAPÍTULO IV – RESULTADOS E DISCUSSÃO

## 5. ENTREVISTAS

A interpretação dos textos serve para elaborar a teoria e pode ter dois objetivos opostos. Por um lado divulgar, desvendar ou contextualizar as afirmações feitas no texto (o que levará à ampliação do material) e, por outro lado, visa reduzir o material textual, parafraseando-o, sintetizando-o ou categorizando-o.

Este capítulo será dividido em dois subcapítulos relativos à informação obtida durante a entrevista com elemento do executivo camarário e entrevistas com os residentes.

### 5.1. Entrevista ao elemento do executivo camarário

Da entrevista realizada à vice-presidente da CM de São Brás de Alportel foram retiradas informações que permitem entender as razões por que São Brás é uma *Cittaslow* (figura 4.1).

**Figura 4.1 - São Brás de Alportel como *Cittaslow***



**Justificação da candidatura de São Brás de Alportel a *Cittaslow***

Os critérios foram cumpridos: respeito pelo ambiente, defesa do património, existência de tradições, como é a questão da gastronomia, da doçaria, dos produtos locais.

É natural e espontâneo, São Brás está numa situação em que não é preciso recuperar, basta manter todas as tradições.

O município está sempre em modo *slow*, quando valoriza a gastronomia e a produção local com iniciativas como feiras, mostras ou mercadinhos que valorizam a produção local ou o modo de estar na vida, estão a defender esta marca.

Ainda existe a boa tradição de sentar à mesa para almoçar e estar e conviver, onde o almoço ainda é o almoço, o que é uma característica *slow*, ou o comer devagar, entre família e amigos; há também o petisco que é a marca *slow* do município e todas as tradições que existem ligadas à comida. Tudo na vida social é brindado com comida; qualquer quadra festiva tem doçaria e gastronomia associadas.

São Brás têm conseguido propositadamente juntar o novo ao mais antigo: por exemplo, estradas novas com uma via *slow*, tem uma lateral por onde as pessoas caminham, correm e convivem.

Existe a preocupação em criar espaços de vivência, para que os residentes possam estar na vida de uma forma mais saborosa, com mais saúde e bem-estar.

A Câmara tem entendido esta questão do *Cittaslow* como algo que consolida, que substancia toda a estratégia utilizada pelo município.

São muitas razões pelas quais acharam que valia apenas, na altura, a candidatura a *Cittaslow* e pelas quais acham que continua a valer.

Fonte: elaboração própria

Apresentam-se de seguida as atividades/locais/produtos desenvolvidas para dar suporte ao reconhecimento de São Brás de Alportel como *Cittaslow* (figura 4.2).

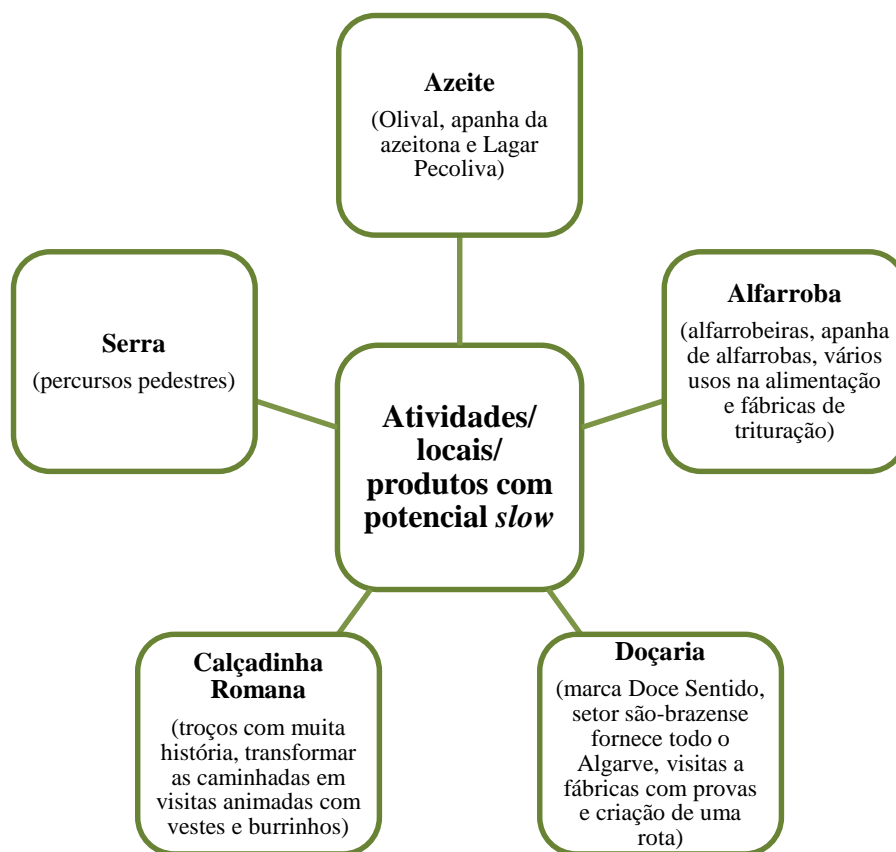
**Figura 4.2 - Atividades/ Locais/ Produtos *slow***

<b>Rota da Cortiça</b> (Fábrica Nova Cortiça e Pelcor)
<b>Percursos pedestres</b>
<b>Bird-Watching</b>
<b>Centro hipico</b> (cavalos)
<b>Passada de Jericó e Burros e Companhia</b> (burrinhos)
<b>Monte dos Marafados</b> (desportos aventura / natureza)
<b>Serra Algarvia</b> (turismo na serra para turistas e residentes estrangeiros)
<b>Algarve Rotas</b> (atividades ligadas à tradição)
<b>Dias de Aromas</b> (plantação e comercialização de ervas aromáticas)
<b>Ciclo do pão</b>
<b>Dieta Mediterrânica</b> (vinho)
<b>Fábrica de móveis Beirão</b>

Fonte: elaboração própria

De seguida apresentam-se as atividades/locais/produtos que poderão ser melhor explorados no futuro (figura 4.3).

**Figura 4.3 - Atividades/ Locais/ Produtos com potencial *slow***



Fonte: elaboração própria

Da entrevista com a responsável do município ressaltam-se os aspetos que justificam que São Brás de Alportel se enquadra nos princípios de uma *Cittaslow*. Este território promove o seu desenvolvimento sustentável e incentiva o turismo sustentável ao incluir a prática de iniciativas *slow* como a formação e a educação, a participação da comunidade e o uso de práticas amigas do ambiente (Heitmann et al, 2009).

O município procura, em todas as suas atividades, adotar esta filosofia, apesar de nem sempre associar diretamente determinada atividade ao conceito *slow*, e, por essa razão, a maioria dos residentes ainda não sabem que São Brás de Alportel é uma *Cittaslow*, como foi referido pelo elemento do executivo camarário.

Das atividade/locais/produtos a serem melhor explorados no concelho foi referida a Serra e os percursos pedestres, o que atesta a pertinência e a atualidade desta investigação, mostrando que o contributo da pesquisa para o município poderá ser uma mais-valia.

Quanto às outras vertentes referidas como atividades/locais/produtos a serem melhor exploradas em São Brás de Alportel (Azeite, Alfarroba, Doçaria e Calçadinha Romana), as mesmas constituem importantes pistas para os investidores locais desenvolverem os seus negócios do quadro da estratégia concelhia.

## 5.2. Entrevista com residentes em São Brás de Alportel

Da análise da informação recolhida através das entrevistas aos residentes, apresentam-se de seguida os principais atributos/propriedades conferidas a cada categoria (tabela 4.1).

**Tabela 4.1 - Principais atributos/propriedades conferidos a cada categoria**

Temáticas	Categorias	Sub categorias	Atributos/propriedades (alguns exemplos)
Modos de vida dos residentes	Alimentação	Passado	Produtos da época, pratos tradicionais, cozinhas de batatas, jantares ou cozidos de grão e feijão, papas, porco, repolho, açorda, “aceifa”, peixe salgado, “sarnento”, canastras, burro com as “zangarilhas”, pão caseiro nos fornos de lenha, frutas, legumes, hortas, ovos, leite, carne, matanças de porco, chouriças, carne na banha, presuntos, carne dos ossos, toucinho, salgadeira (...)

	Presente	Frigorífico, arcas, mudou os modos de conservação dos alimentos, comprar, consumir mais tarde, peixe, peixeiro vende na Serra, porcos, talho, cultivo de legumes, criação de animais, iogurtes (...)
Vestuário	Passado	Roupa do trabalho, remendos de chapa, reaproveitamento da roupa, roupas novas para ocasiões especiais, roupa lavada à mão nas ribeiras e corgos, pedras das tapadas e tanques (hortas), vagar, levavam a roupa às costas ou na cabeça, burro em canastras, limpeza de fundo no verão, “barrela”, estendiam roupa em cima de alecrim selvagem, tomar banho, sabão, quantidade de água nas ribeiras (...)
	Pres.	Vestem melhor, máquinas de lavar roupa, lavar roupa à mão no tanque de casa (...)
Compras	Pass.	Roupa, alimentos, mercearias da Serra, mercados, vender animais que criavam, sistema de senhas (...)
	Prese.	Mercearias na Serra, supermercados em São Brás, venda de peixe e pão na Serra (...)
Educação		Escola primária Parises, momentos caricatos com os professores, fazer maldades, professora bater, dormir na escola com as professoras solteiras, deixavam de ir à escola, aprender a ler e escrever por sua conta, aulas dadas nos montes, progressão de estudos fora da Serra (...)
Tarefas ligadas à Profissão		Ofício, moleiro, moinhos da Renda, moinhos de água, moagem, trabalhos fora da Serra, senhoras iam à uva, jovens iam para o Alentejo ceifar, formas de rendimentos extra (...)
Gado		Criação de animais, porcos, galinhas, ovelhas, vacas, modo de subsistência, vendiam bezerras, rebanhos comunitários de cabras e ovelhas, cabeças de gado, pastar o rebanho (...)
Agricultura		Hortas, lavrar, cavar, semear, regar, batatas, tomateiras, griséus (ervilhas), cebolas, alhos, couves, repolho, legumes, feijão, árvores de fruto, hortas comunitárias, vales longe das casas, tanques tapados com uma rolha de cortiça enrolada em serapilheira, quantidade de água, desperdício de água, apanha de azeitonas e medronhos, sementeiras, “aceifa”, foice, vacas e as bestas, acarretar o grão, eira, debulhar, não é fácil, envelhecer aos 30 anos, filhos com futuro diferente, campos, hortas perto de casa, máquinas, cultivo, declives acentuados (...)
Saúde	Passado	Difícil, falta de estradas e transportes, haviam carreleiras, bestas e carroças, mezinhas caseiras, chá de salva, mel, farelos quentes para a dor de barriga, batatas quentes na cabeça para a febre e teias de aranha para estancar o sangue das feridas, chamar o médico, visitas de macho ou de cavalo, casa das pessoas, morte (...)

		Presente	Ir ao médico ao Centro de Saúde, bicicleta a motor, carro, táxi, ambulância, internamento, carro do Centro de Saúde vai à serra medir a tensão arterial, têm falta é de saúde, medicamentos (...)
	Diversão	Passado	“Bailaricos” (bailes), “namoricos” (namoros), casamentos, iam acompanhados pelos pais, dançar agarradinhas, perto das mães, sinal com a cabeça, “cabaços”, modas, harmónio, gira-discos, foles, rifas na Quaresma, jogar à carta, iam a pé ou nas bestas, rebuçados, jogo, “baralhas” (baralhos) de cartas, pôr a conversa em dia, beber aguardente, comer tremoços, jogar à malha, domingo de Páscoa a São Brás à procissão da Aleluia, conversar nos poiais das casas, tiradas aos pombos, piqueniques, brincar na escola, havia um telefone, deixar recado, combinação boca em boca, divertimento dos emigrantes, diferentes (...)
		Presente	Café, Futebol Clube Cabeça do Velho, Venda, correio, hora de almoço, domingo, televisão, saem pouco de casa, bailes com tocadores, magusto nos Parises, atividades desenvolvidas pelo Clube (caminhadas, almoços partilhados, etc.), idas à feira de São Brás (...)
Modos de Transporte e		Pass.	Caminhos de terra, veredas, bestas, machos, burros, a pé, vida difícil, 3 horas a pé para chegar a São Brás, juntavam-se várias pessoas (...)
		Pres.	Autocarro, ir buscar as crianças para irem à escola, buscar os residentes todas as quartas, distância, boas estradas, bicicleta a motor, automóvel (...)
Sustentabilidade da Serra	Residentes		Viver na Serra, nascer lá, gostam mais de estar na Serra do que na vila, onde têm alguma coisa, casas, fazendas, cuidar, estão à vontade, são livres, vão trabalhando na agricultura como querem, sítio calmo para constituir família, brincar, respirar ar puro, bastante espaço, contato com a natureza, terra de bons ares, cheiro a outono das folhas molhadas e apodrecidas que têm um cheiro especial, cheiro do medronheiro florido que faz lembrar o mel, ervas, cogumelos, verde das árvores, silêncio, canto dos pássaros, floresta, estar ao pé da lareira e cheirar a fumo, ouvir a chuva no telhado com telhas de vidro, animais à solta, cheiro a porco, espírito comunitário, solidariedade, envelhecimento da população serrenha, despovoamento da serra, não é fácil trabalhar na terra, os mais novos foram todos embora em busca de trabalho, na serra não há trabalho, famílias numerosas, último filho que nascia ficava na Serra, agricultura, criação de gado, trabalho como moleiro, trabalho fora da Serra, extração de cortiça, reformas, trabalho na vila, incêndio, futuro das gerações vindouras, a Serra perdeu o seu valor, declives da Serra, hortas nos quintais, estrangeiros que tentaram comprar casas, protegiam-se uns aos outros, privacidade, investir para reconstruir casas para alojamento de turistas, dinamizar a Serra, dar trabalho aos residentes, dificuldade no futuro na agricultura da Serra (...)

	Turistas	Costumam andar por lá, passar pelas estradas, conversar com os residentes, pedem indicações sobre os locais com os mapas, língua estrangeira, entrave à comunicação entre residentes e estrangeiros, andam aos pares, pequenos grupos, grupos grandes que vão de autocarro para a Serra, caminhadas, percursos pedestres, paisagens deslumbrantes, incêndio, em recuperação, passam por veredas, caminhos, passavam antigamente para ir à fonte, respirar ar puro, conectar-se com a Natureza, descontração do stress e dos problemas do dia a dia, paz de espírito, revigorado, atividade gratuita, preservação das espécies, contato natural com a Serra, cheiros, cores, património natural, cultural, boas histórias, não queiram transformar a Serra à maneira deles, gastronomia rica, produtos biológicos, caseiros, galo, perdiz, coelho, javali, linguiça, presunto caseiros, convidavam turistas para ir comer a sua casa, legumes, animais caseiros, atividades de envolvimento da população com os turistas, limpeza das matas, plantação de árvores, ajudar os velhotes na apanha da azeitona e dos medronhos, turismo das motos, jipes, barulhento, insegurança, apontam, casas desabitadas restauradas para alojamento local, desenvolvimento da Serra (...)
Passagem do tempo		Desertificada, qualidade de vida melhorou, percepção do tempo, antigamente o tempo dava para fazer muita coisa, hoje em dia parece que pouco se faz no mesmo espaço de tempo, o mais depressa possível, trabalhar, ninguém tem tempo para ir ajudar, aproveitar melhor o tempo, incêndio (...)

Fonte: elaboração própria

As temáticas encontradas para analisar os dados fornecidos pelos residentes nas entrevistas foram ao encontro da mesma abordagem de Krippendorf (1984: 131), na qual se refere que o *Slow Tourism* pode ser tratado através de quatro perspetivas (tabela 4.2.).

**Tabela 4.2 - Temáticas slow**

Autor	Investigador
Lentidão e o valor do tempo	Passagem do tempo
Localidade e as atividades no destino	Modos de vida dos residentes
Modo de transporte e a experiência turística	Modos de transporte e acessos
Consciência ambiental	Sustentabilidade da Serra

Fonte: elaboração própria

Quanto aos atributos e propriedades recolhidas para cada uma das temáticas verificou-se que:

- **Os modos de vida dos residentes vão ao encontro dos modos de vida que os turistas *slow* procuram aquando as suas viagens.** O turista *slow* procura um profundo envolvimento e interação com os alimentos locais, os lugares, as culturas e as comunidades, através da exploração da área em torno desse destino (Dickinson et al., 2010 in Smith, 2012: 6; Mintel, 2011 in Smith, 2012: 7). Ou seja, os turistas *slow* tentam fazer parte do ambiente no destino; não só interagem com as pessoas locais, como querem viver durante aquele período como uma pessoa local, por isso o conhecimento dos modos de vida do dia-a-dia das gentes da Serra torna-se numa descrição que será um contributo para o turista *slow* saber mais sobre o local e adaptar-se ao meio e à comunidade local (Lee et al., 2014).
- **Os modos de transportes e acessos dos residentes da Serra são formas lentas de se deslocarem** (autocarro, burro, bicicleta a motor ou a pé). Para a criação dum futuro território sustentável para o turismo *slow*, devem-se utilizar meios de transporte reduzidos em carbono, lentos e amigos do ambiente, ou seja, a viagem *slow* representa as viagens efetuadas para um destino, através de comboio, autocarro, barco, bicicleta, burro ou até mesmo a pé (Dickinson et al., 2010; Mintel in Smith, 2012: 6-7; Heitmann et al., 2011: 119)
- **A sustentabilidade na Serra apoia-se em muitos dos princípios do *Slow Tourism* os quais, uma *Cittaslow*, como é o caso de São Brás de Alportel, deve ter:** muitas das características da Serra que vão ao encontro do que o turista *slow* procura nas suas viagens. Nesta temática foi possível verificar que os residentes têm algumas preocupações em relação ao futuro da Serra, nomeadamente referindo que é necessário medidas para valorizar a Serra, de modo a haver um desenvolvimento sustentável do espaço e evitar o seu despovoamento. A sustentabilidade trata do impacto da atividade do turismo sobre o meio ambiente local, promovendo valores ambientais, sociais e culturais, devendo haver respeito mútuo entre residentes e turistas e entre os turistas, os residentes e a Serra. Tal como referem Lerner et al. (2000: 79-80), o turismo sustentável exige a preservação dos recursos naturais, levando em consideração a sustentabilidade, para o desenvolvimento dos recursos avançados. Não esquecer que o turismo *slow* possui uma identidade com todas as suas particularidades e autenticidade que

promove a sustentabilidade e o convívio, incide sobre a luta contra a perda de traços distintivos dos locais no que se refere ao lazer, senso de lugar, hospitalidade, descanso e recuperação (Woehler, 2004 in Conway et al., 2010: 332; Dell'Aglio, 2011: 61-64).

→ **A passagem do tempo vai ao encontro da percepção de tempo que o turista *slow* procura encontrar nas suas viagens.** Neste ponto foi possível abordar o conceito de passagem do tempo de forma lenta (referido por Krippendorf, 1984: 131), como um dos pilares da filosofia *slow*, pois os residentes sabem que, na Serra, o tempo parece durar mais e é melhor aproveitado.

## **6. STORYTELLING COM OS RESIDENTES**

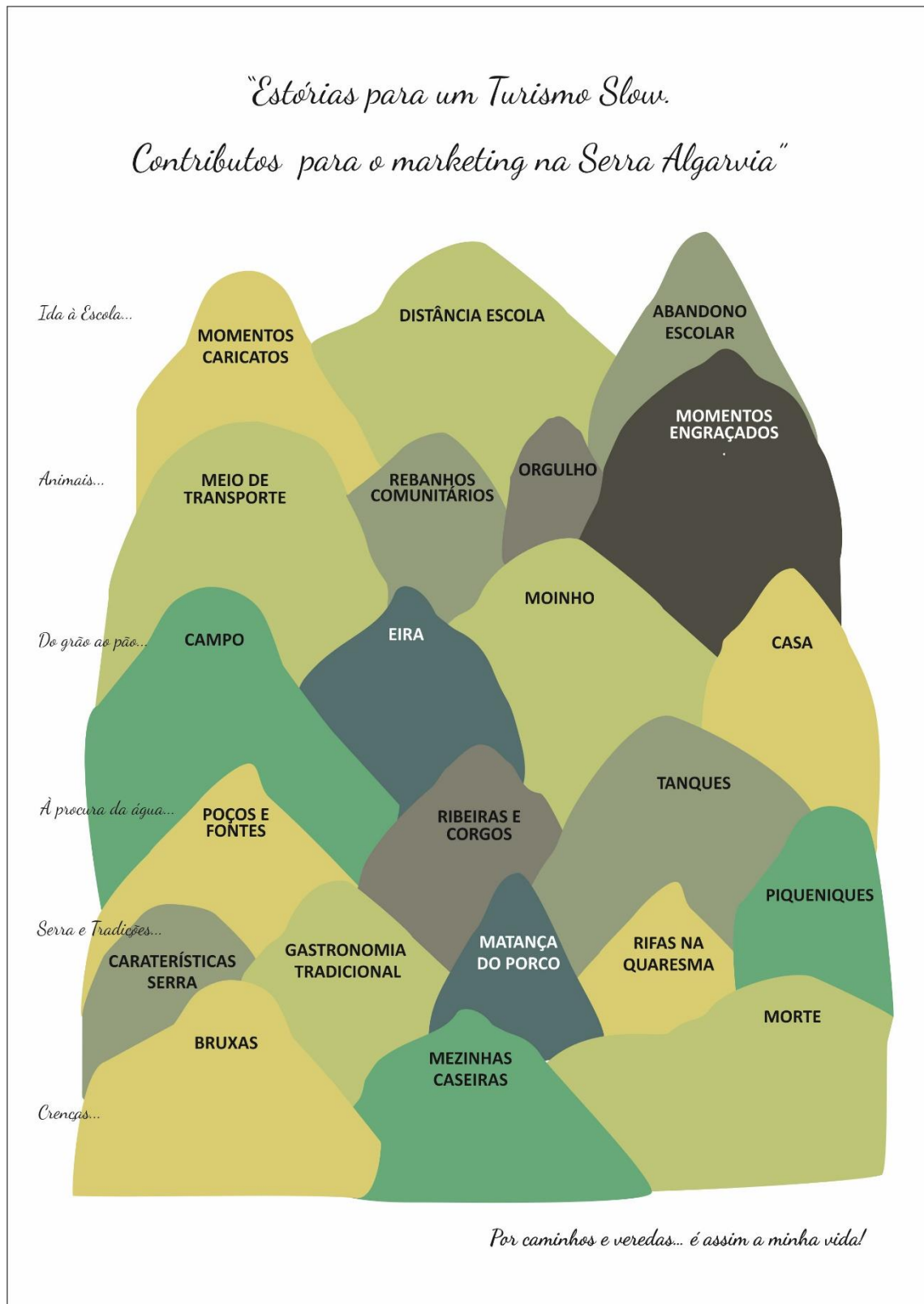
O uso da estória de vida envolve um foco na biografia e exige que o participante faça conexões entre o passado histórico, o presente e o futuro (Goodson, 2001: 138). Por esta razão, verificou-se que os residentes sentiram a necessidade de falar nos três tempos verbais ao contarem as suas estórias.

De acordo com o referido por Levy (2006: 455-459), a maioria das estórias são entendidas como instrutivas, projetadas para ensinar uma lição e podem ser agrupadas nas seguintes categorias principais: mitos familiares, estórias de edificação e estórias de fundação. Deste modo, poder-se-ia afirmar que todas as temáticas de estórias se enquadram na categoria de Mitos familiares, à exceção das Crenças que se referem a Estórias de Fundação, mais concretamente com a Estória e a dura verdade.

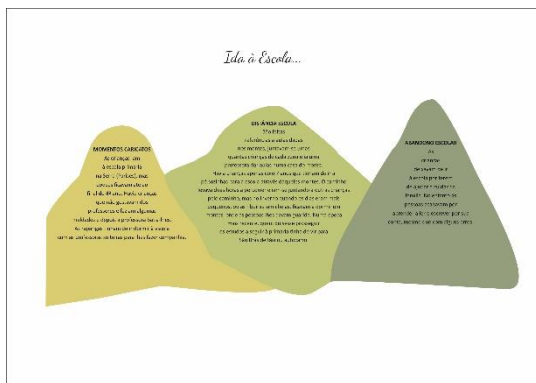
O mapa conceptual é uma forma de organizar os conhecimentos, que visa representar relações significativas entre ideias e conceitos ligados por palavras, ou seja, é um esquema que resume um conjunto de informações de forma significativa. Facilitam a aprendizagem porque a sua construção implica uma organização dos conhecimentos, o que exige compreensão e criatividade por parte de quem o desenha, e depois de construídos, facilitam a visualização e compreensão das relações entre os conceitos. (Monteiro, 2002). Contudo, o mapa concetual (Roedder et al., 2006) não é muito utilizado. Esta técnica poderia enriquecer o debate no âmbito do Marketing de Destinos Turísticos e superar as eventuais lacunas observadas nos resultados das pesquisas presentes na literatura, razão pela qual se optou por utilizar mapas representativos das estórias na Serra (figura 4.4 a 4.10 e Apêndice 5 no qual se poderá visualizar melhor

cada mapa) com um formato inovador e adaptado ao contexto do estudo. Os mapas são de elaboração própria, mas concretizados por uma *designer*.

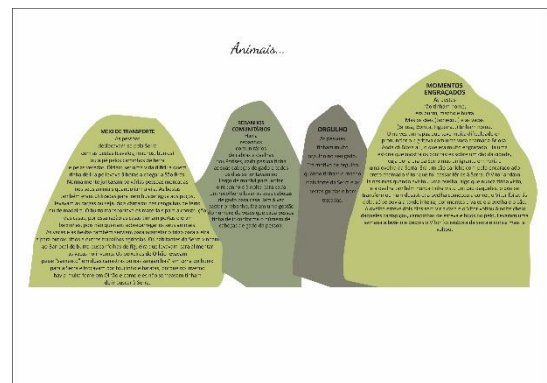
**Figura 4.4 - Mapa representativo das estórias na Serra**



**Figura 4.5 – Mapa “Ida à Escola...”**



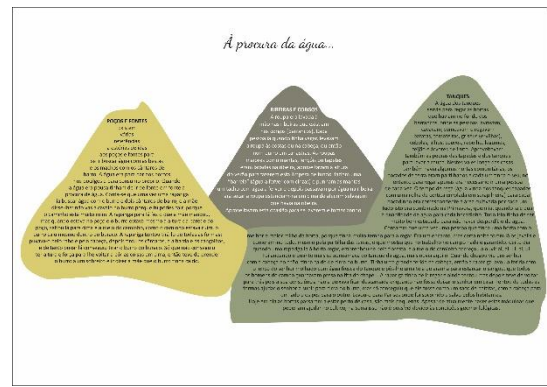
**Figura 4.6 – Mapa “Animais...”**



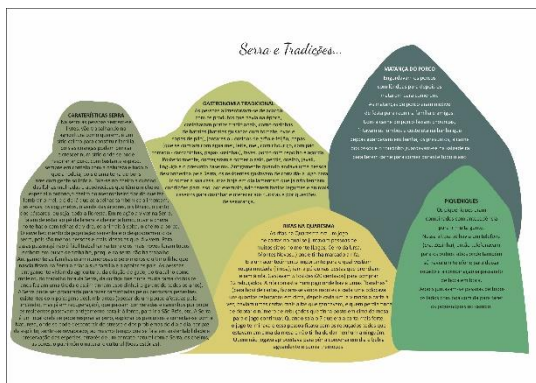
**Figura 4.7 – Mapa “Do grão ao pão...”**



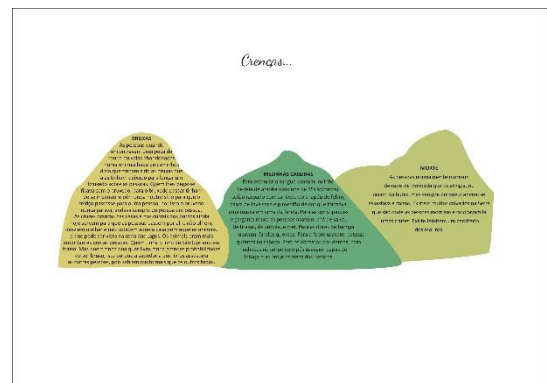
**Figura 4.8 -- Mapa "À procura da água..."**



**Figura 4.9 - Mapa "Serra e Tradições..."**



**Figura 4.10 - Mapa "Crenças..."**



A recolha de estórias dos residentes na serra facilita uma exploração mais detalhada do ambiente cultural em que as férias dos turistas *slow* estão a ocorrer e resulta numa experiência mais gratificante e inesquecível para os participantes (Heitmann et al., 2011: 117-118). Os habitantes conhecem, aprofundam e enfatizam as estórias, as peculiaridades do local, a literatura ligada às gentes daquelas terras, a cultura, a tradição

e o ambiente locais. Ao usar elementos e histórias autóctones, os residentes estão a revelar a identidade da serra. Os contributos dos residentes são autênticos e de uma grande relevância para o destino. Fará sentido a ligação destas histórias ambientadas no tempo e num ambiente particular a encontros naturais com plantas, animais e características geológicas dos locais, fazendo com que o turista *slow* vivencie com alegria aquele destino (Varley et al., 2015: 82-84; Dell'Aglio, 2011: 71). Portanto, com base nas histórias que foram contadas pelos residentes poder-se-ão criar percursos pedestres (possíveis produtos turísticos *slow*) de acordo com as temáticas encontradas (Ida à Escola; Animais; Do Grão ao pão; À procura da água; Serra e tradições; Crenças). Estes percursos serão interessantes para os turistas *slow* caminharem e irem, ao mesmo tempo, aprendendo mais sobre a história da serra e dos seus residentes, indo ao encontro de muitas características que o turista *slow* procura nas suas viagens.

Os mapas apresentados funcionam como uma representação da serra. Cada monte contém as histórias relacionadas com cada contexto/ local. Cada percurso de montes tem um conjunto de histórias relacionadas com uma temática (por ex.: Do grão ao pão...). E todos os conjuntos de histórias formam a serra. Ou seja, estes mapas são a síntese de todo o estudo, que permitem dar resposta à questão de partida, possibilitando a criação e a construção da própria teoria, que é um dos últimos passos referidos por Czarniaswska (2004: 15) para a história.

Tal como foi referido no estudo sobre turismo com base na criação de percursos pedestres preenchidos de histórias contadas pelos residentes de Rodrigues et al. (2010: 232), é importante criar produtos diferenciados com base nos recursos endógenos, tendo como suporte um bom planeamento de marketing.



## CAPÍTULO V – CONCLUSÕES

### **Principais resultados do estudo**

Tratou-se de uma investigação com alguma complexidade por tratar-se de um estudo exploratório. O *Slow Tourism* já tinha sido referido em alguns estudos. Contudo, não é regular a relação entre o *Slow Tourism* e as estórias. Quanto ao *Storytelling* existem já alguns estudos que falam no *Storytelling* ligado ao turismo, no entanto, a maioria das perspetivas desses artigos foram feitas com base nas estórias recolhidas junto dos visitantes havendo, por isso, poucas referências aos residentes como contadores de estórias que possam impulsionar e interessar ao turismo, razão pela qual se optou por adotar essa vertente para esta investigação. Deste modo contribui-se para aumentar o conhecimento desta matéria.

Existe uma *serra de possibilidades* que poderá ser preenchida de estórias inseridas no contexto natural, ou seja, as estórias irão acrescentar valor à riqueza natural já existente. Este *Storytelling* visou suscitar (re)visitações ao passado, nomeadamente estórias das memórias, mitos, costumes, intenções e valores, nas quais o passado e o presente histórico e pessoal de cada um é re-imaginado e narrado por várias pessoas que sempre viveram nos dispersos sítios da Serra de São Brás de Alportel. Pretendeu-se que estes lugares, atualmente pouco habitados, cheios de história e de estórias, com fortes potencialidades turísticas alusivas a uma vida campestre autossuficiente, rica em relações, passem a ser vistos pelos locais e pelos visitantes como um destino *slow*. Este é promotor de vivências naturais, próximas, profundas e únicas através da identificação das temáticas interessantes para o *Slow Tourism*, daí a sugestão de percursos pedestres para cada uma das temáticas criadas para as estórias. São os residentes que têm todas as ferramentas para colaborar no desenvolvimento de uma estratégia de marketing para o *Slow Tourism* na Serra de São Brás de Alportel, indo ao encontro de muitas características de interesse do turista *slow* que procura uma viagem rica em experiências autênticas.

### **Implicações para a gestão do território**

A metodologia *Storytelling* assenta na construção de um quadro de estórias que sejam capazes de promover a identidade de um local (Borges et al.,2011: 108-109). Fontana (2010: 29-30) tem enfatizado o quanto o *Storytelling* pode ser um poderoso instrumento nas mãos de uma empresa (ou de um município) para compartilhar valores, criar

confiança e circular conhecimento, desenvolver novos produtos, criar a marca do lugar e trabalhar estratégias de comunicação.

Verificou-se que os residentes não fazem a associação da serra como destino turístico *slow*, apesar de todos os seus relatos e estórias irem ao encontro das características de um destino turístico *slow*, pelo que seria interessante analisar até que ponto os residentes de uma *Cittaslow* têm conhecimento desta filosofia.

Para auxiliar na promoção da Serra Algarvia no território de São Brás de Alportel, como destino turístico *slow*, deverá ser dada particular atenção aos seguintes aspetos:

- Realização de *Focus Group* com os residentes da Serra (com a finalidade de os envolver no planeamento turístico do território e proceder à recolha de estórias para criação dos produtos turísticos *slow*);
- Alojamento para os turistas na serra (embora já existam alguns alojamentos com essa finalidade, deveria ser reforçada a aposta na compra, restauro e reconstrução de casas abandonadas na serra para acolher os turistas *slow* que gostariam de experienciar o adormecer e acordar na serra);
- Criação de infraestruturas para receber os turistas (por exemplo, casas de apoio aos caminhantes, com mapas dos percursos pedestres e guias locais que pudessem ajudar na interação entre os residentes e os turistas, visto a língua ter sido apontada como uma das principais razões para a falta desta interação; esses guias turísticos locais facilitariam a comunicação e ajudariam os residentes a contar as suas estórias);
- Recuperação do património edificado (moinhos, moagens, fontes, destilarias, etc.). Este processo é atualmente dificultado pelos proprietários que não têm meios próprios ou vontade para arrendar ou vender estes espaços à CM, o que vai causando a sua degradação e o abandono;
- Transporte de turistas para a serra (a CM já disponibiliza autocarro aos residentes da serra uma vez por semana para irem à Vila. Contudo, a autarquia deveria explorar também a hipótese de facilitar a deslocação do turista *slow* para e na serra);
- Criação de programas com atividades que levem as famílias à serra (filhos, pais e avós);

→ *Workshops* temáticos com visitantes, conduzidos pelos residentes serrenhos (com a finalidade de promover a gastronomia típica da serra e ensinar a cozinhar estes sabores, trabalhando desta forma a vertente da *Slow Food*).

### **Pistas para investigação futura**

Visto tratar-se de uma investigação qualitativa, as informações recolhidas nas entrevistas e no *Storytelling* passaram por uma exaustiva análise de conteúdo até chegar ao resultado final.

Foram vários os *Gaps* referidos ao longo da literatura que poderão levar a pistas para investigação futura:

- Mei (2014: 79) refere, no seu artigo que, em estudos futuros, deverá ser explorada a produção da experiência e os meios para encenar experiências memoráveis onde o *storytelling* pode desempenhar um papel chave, num destino regional. Esta foi uma das lacunas que se tentou colmatar com este estudo, mas que poderá ser alargado a toda a população serrana.
- O passado não é simplesmente imaginado num cenário abstrato e mental, mas é também sentido através do corpo que regista sensações e pode levar a reações corporais por parte dos turistas (Chronis, 2012: 1806-1807). Nesta situação em que as sensações reais, como os cheiros, sabores, calor, frescura só podem ser sentidas por quem está no local, ou seja, só fazendo uma caminhada pela serra a experiência poderia ficar completa. Seria interessante fazer um estudo a nível de saúde onde seja possível comparar, por exemplo, sensações e benefícios em caminhadas na serra.
- Rawlinson (2011) acrescenta as razões orçamentais dos turistas para entrarem no movimento *slow*, sendo que o autor acentua o interesse em pesquisar a relação entre a distância a ser percorrida e o preço de certos meios de transporte em relação ao tempo gasto para chegar e deslocar-se no destino. No caso desta serra, que se encontra a uma distância da vila de São Brás considerável, as viagens para lá chegar apenas são feitas de autocarro, carro e a pé. Seria interessante explorar esta vertente através de meios de transporte sustentáveis.
- Lumdson et al. (2011: 274) refere que os especialistas em viagens devem prestar uma atenção considerável no elemento pós-férias, em termos de memórias. Para trabalho futuro seria interessante analisar os registos diários dos turistas no local

e posteriormente já nas suas casas. Seria interessante uma forma de registo que os próprios turistas possam guardar para recordação, para mostrar e até recomendar o destino a família e amigos.

- O mapa concetual (Roedder et al., 2006) não é muito utilizado. No entanto, esta técnica poderia enriquecer o debate no âmbito do Marketing Turístico e de Destinos Turísticos e superar as eventuais lacunas observadas nos resultados das pesquisas presentes na literatura.

Este estudo permitiu assim vislumbrar algumas sugestões para investigações futuras:

- Indagar junto das populações que vivem nas *Cittaslow*, qual o seu nível de informação relativamente ao movimento e se sabem o que este representa pois, neste estudo, foi possível verificar que existe essa lacuna.
- Utilizar as estórias dos residentes como fonte para uma estratégia de marketing em destinos de turismo *slow*, através de um levantamento exaustivo de estórias. Por exemplo, criar um “armazém” de memórias dos residentes através de *Focus Group*.

## BIBLIOGRAFIA DE BASE

- Ab Karim, S., & Chi, C. G.-Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Anholt, S. (2007) *Competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions*. New York: Palgrave.
- Arnould, E.J., & Price, L.L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20, 24–45.
- Ashworth, G. J., & Kavaratzis, M. (2008) Place marketing: how did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 150-165.
- Bardhi, F., Ostberg, J., & Bengtsson, A. (2010). Negotiating cultural boundaries: food, travel and consumer identities. *Consumption Markets & Culture*, 13(2), 133-157.
- Berglund, E., & Olsson, K. (2010). Rethinking place marketing – a literature review. *Proceedings of the European Congress of the Regional Science Association*, 50, Jönköping, Sweden.
- Bessiere, J. (1998) Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Borges W. J., Gois, P. H., Tatto L. (2011) Storytelling e Estratégia: a cognição como forma de integração, Revista Multidisciplinar da UNIESP, *Saber Académico* n°11, 107-117.
- Bourdieu, P. (1990) *The logic of practice*. Cambridge: Polity Press.
- Boyne, S., Williams, F., & Hall, D. (2002) The Isle of Arran taste trail. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy*, 91–114. London, England: Routledge.

- Buckley, R. (2011) Tourism under Climate Change: Will slow travel supersede short breaks? *A Journal of the Human Environment*, 40, 3, 328-331  
[http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/35576/66853\\_1.pdf?sequence=1](http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/35576/66853_1.pdf?sequence=1)
- Câmara Municipal de São Brás de Alportel (2014) Movimento Internacional das *CittaSlow*; Disponível em: [www.cm-sbras.pt/pt/menu/309/cittaslow.aspx](http://www.cm-sbras.pt/pt/menu/309/cittaslow.aspx) (acedido em 3 de Dezembro de 2014).
- Canestrini, D. (2004) *Non separate sul turista*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Canestrini, D. (2008) *Andare a quel paese. Vademecum del turista responsabile*. Milano: Feltrinelli Traveller.
- Carù, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267–286.
- Castells, M. (2000) *The rise of the network society* (2nd ed.). Oxford: Blackwell.
- Chronis, A. (2012) Between Place and Story: Gettysburg as Tourism Imaginary. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 4, 1797–1816.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.028>
- Cittaslow Association (2014) *Cittaslow International Charter*, 21-22. Disponível em: [http://www.cittaslow.org/download/DocumentiUfficiali/Charter\\_2014.pdf](http://www.cittaslow.org/download/DocumentiUfficiali/Charter_2014.pdf) (acedido em 20 de Dezembro de 2014).
- Cittaslow Association (2015) *Philosophy*, da Cittaslow Association. Disponível em: <http://www.cittaslow.org/section/association/philosophy> (acedido em 26 de Janeiro de 2015).
- Conway, D. & Timms, B. (2010) Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for ‘slow tourism’. *Tourism and Hospitality Research* 10.4, 329-344.  
<http://dx.doi.org/10.1057/thr.2010.12>
- Creswell, J. (1994) *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

- Crystal, D. (1985) *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, 2nd edn, Oxford: Basil Blackwell/André Deutsch.
- Czarniaswska, B. (2004) *Narratives in Social Science Research*, London: Sage.
- Dahl, Darren W., Heather Honea and Rajesh V. Manchanda (2003) The nature of self-reported guilt in consumption contexts, *Marketing Letters*, 14 (3), 159–171.
- Dall’Aglío, S. (2011) Slow Tourism Seminar in Bled, Slovenia. Disponível em: [http://www.tnp.si/images/1\\_stefano\\_dall\\_aglio.pdf](http://www.tnp.si/images/1_stefano_dall_aglio.pdf) (acedido em 28 de Dezembro de 2014).
- De Salvo, P., Mogollón, J. & Di Clemente, E. (2013) “Repellent” Tourists versus “Slow” Tourists. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation* Vol. 4, Issue 2, 131-148.
- Dickinson, J., Lumsdon, Les M. & Robbins, D. (2011) Slow travel: issues for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19:3, 281-300, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2010.524704>
- Dinnie, K. (2004) Place branding: overview of an emerging literature. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1(1). DOI: 10.1057/palgrave.pb.5990010
- Duarte, A. C. (2008) *Memórias São Brás de Alportel: Terras de Alportel*, vol. II, Casa da Cultura António Bentes, São Brás de Alportel.
- Easton, P., & Warburton, C. (2010) *Adventure tourism in Scotland: Market analysis report for the tourism innovation group*. Retrieved June 28, 2012, from the Wild Scotland website: <http://wild-scotland.org.uk/wp-content/uploads/2010/12/TIG-report.pdf>
- Ekinci M. (2013) The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey. *Tourism Management* 41, 178-189. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.013>
- Feather, F. (1980) *Through the '80S, Thinking Globally, Acting Locally*. World Future Society.

- Filipucci, P. (2002) Acting local: Two performances in northern Italy. In S. Coleman & M. Crang (Eds.), *Tourism: Between place and performance*, 75–91. New York: Berghahn.
- Flick, U. (2005) *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Monitor - Projectos e Edições, Lda.
- Fogarty, W. (2003) *Slow Food UK in Slow Food Agricola Editore – Bra (Cn)*. Slow Food, London, UK.
- Fontana, A. (2009) *Storyselling: strategie del racconto per vendere se stessi, i propri prodotti, la propria azienda*. Bologna: ETAS, 2010.
- Fournier, S. (1998) Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research, *Journal of Consumer Research*, 24 (March), 343–373.
- Frochot, I. (2003) An analysis of regional positioning and its associated food images in French tourism brochures. In C. M. Hall (Ed.), *Wine, food, and tourism marketing*, 77–96. New York, NY: The Haworth Hospitality Press.
- Gardner, N. (2009). A manifesto for travel slow, da Hidden Europe 25, 10-14. Disponível em: <http://www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel> (acedido em 20 de Janeiro de 2015).
- Goodson, I. (2001) The story of life history: origins of the life history method in sociology, *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 1 (2), 129–142.
- Goursau, H. e Goursau M. (1989) *Euro Dicionário*, Círculo de Leitores.
- Guerra, I. C. (2006) *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso*, Estoril: Príncipia Editora.
- Guerreiro, M. (2012) *Um contributo para o estudo da imagem das cidades enquanto destinos turísticos: o caso das cidades capitais europeias da cultura em 2010*. Universidade do Algarve – Faculdade de Economia, Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais (Gestão).

- Hall, M.C. (2006) Introduction. Culinary tourism and regional development: from Slow Food to Slow Tourism? *Tourism Review International* 9, 303–305.
- Hall, C. M. (2012) *The contradictions and paradoxes of Slow Food: environmental change, sustainability and the conservation of taste* in S. Fullagar, K. Markwell, & E.Wilson (2012), *Slow tourism: experiences and mobilities* (53-68). Channel View Publications.
- Hayes, D., & MacLeod, N. (2007). *Packaging places: Designing heritage trails using an experience economy perspective to maximise visitor engagement*. *Journal of Vacation Marketing*, 13(1), 45–57.
- Heitmann, S. & Robinson, P. (2009) Slow cities – the Emperor’s new clothes or (another) solution for sustainable tourism management? BAM Conference, Brighton, 15–17th September, 2009.
- Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). *Slow food, slow cities and slow tourism*. Research themes for tourism (114-127). London: MPG Books Group. <http://tr.scribd.com/doc/88151310/8/Slow-Food-Slow-Cities-and-Slow-Tourism>.
- Hodgkinson, T. (2012) *Introduction* in Keiran, D., *The Idle Traveller: The Art of Slow Travel*, AA Publishing, Hampshire 9-16.
- Holt, D. B. (2003) What becomes an icon most? *Harvard Business Review*, March, 43–49.
- Honoré, C. (2004). *In praise of slowness: How a worldwide movement is challenging the cult of speed*. San Francisco, CA: Harper.
- Hopkinson G.C., Hogg M.K. (2006) Stories: how they are used and produced in market(ing) research, *Handbook of qualitative research methods in marketing*, Edward Elgar, Cheltenham, 156-174.
- Hsu S-H., Dehuang N., Woodside A.G. (2008) Storytelling research of consumers’ self-reports of urban tourism experiences in China. *Journal of Business Research* 62 (2009), 1223–1254.

- Hvass, K. A. (2014) To fund or not to fund: A critical look at funding destination marketing campaigns. *Journal of Destination Marketing & Management* Volume 3 (3), 173–179.
- Johnston, B. (1990) *Stories, community, and place. Narratives from middle America*. Bloomington: Indiana University Press.
- Judd, D. R. (1995) Promoting tourism in US cities. *Tourism Management*, 16, 175–187.
- Karim, S. & Chi, C. G-Q (2010) Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image, *Journal of Hospitality, Marketing & Management*, 19:6, 531-555, DOI: 10.1080/19368623.2010.493064.
- Kavaratzis, M. e Ashworth, G. J. (2006) “City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?”, *Place Branding and Public Diplomacy*, 2 (3), 183-194.
- Ketele J.-M., Xavier R. (1993) *Metodologia da Recolha de Dados: fundamentos dos métodos de observação, de questionários, de entrevistas e de estudo de documentos*, Lisboa, Instituto Piaget.
- Kotler, P., Gertner, D., Rein, I., Haider, D. H. (2006) *Marketing de Lugares: Como Conquistar Crescimento de Longo Prazo na América Latina e no Caribe*, São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., C. Asplund, I. Rein e D. Heider (1999) *Marketing Places Europe – Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations*, Great Britain, Prentice Hall.
- Krippendorf, J. (1987) *The holiday makers. Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Krueger, R. A. & Casey, M. A. (2009) *Focus groups: A practical guide for applied research (4th Ed)*, Thousand Oaks, California: Sage.

- Lee, K.-H., Scott, N., & Packer, J. (2014). Habitus and food lifestyle: In-destination activity participation of slow food members. *Annals of Tourism Research* 48, 207–220. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.009>
- Lee, K.-H., Scott, N., & Packer, J. (2015). Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and non-members. *Tourism Management* 46, 1-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.008>
- Le-Klähn, D.-T. (2014) A Review of ‘Slow tourism: experiences and mobilities’, *Journal of Sustainable Tourism*, 22:1, 170-172, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2012.751717>
- Lerner, M., & Haber, S. (2000). Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 77-100.
- Levy, S. J. (2006) The consumption of stories, *Handbook of qualitative research methods in marketing*, Edward Elgar, Cheltenham, 453-464.
- Lima, J. A. & Pacheco, J. A. (2006) *Fazer Investigação - Contributos para a elaboração de dissertações e teses*, Porto Editora.
- Louro, M. F. E. (1996) *O Livro do Alportel. Monografia de uma freguesia rural - concelho*, 3ª edição, Câmara Municipal de São Brás de Alportel, São Brás de Alportel.
- Ludovico, O. (2007) *Educação Pré-Escolar: Currículo e Supervisão*, Penafiel – Editorial Novembro.
- Lumsdon, L. (2000) Transport and tourism: Cycle tourism – a model for sustainable development? *Journal of Sustainable Tourism*, 8 (5), 361–377.
- Lumsdon, Les M. & McGrath, P. (2011) Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19:3, 265-279, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2010.519438>

- Markwell, K., Fullagar, S. and Wilson, E. (2012) Reflecting Upon Slow Travel and Tourism Experiences, in Fullagar, S., Markwell, K. and Wilson, E. (eds) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, Channel View Publications, Bristol 277-234.
- Mayer, H. and Knox, P. (2006) Slow cities – sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs* 28, 321–334.
- McKee, R. (2003) Storytelling that moves people. *Harvard Business Review*, June, 5–8.
- Medeiros, C. R. O. (2007) *Narrativas: um Estudo de Storytelling da VALE*. In: XXXI ENCONTRO DA ANPAD, Anais, Rio de Janeiro, p. 1-13. CD-ROM.
- Mei X.Y. (2014) Boring and expensive: The challenge of developing experience-based tourism in the Inland region, Norway. *Tourism Management Perspectives* 12, 71–80 <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2014.09.003>
- Mendes J. (2011) *Slow Marketing for Slow Cities*. International Conference Tourism Futures, 2-5 November.
- Metaxas, T. (2010) Place marketing, place branding and foreign direct investments: Defining their relationship in the frame of local economic development process. *Place Branding and Public Diplomacy* 6, 228 – 243.
- Molz, J. G. (2009) Representing pace in tourism mobilities: Staycations, Slow Travel and the Amazing Race. *Journal of Tourism and Cultural Change* 7(4), 270-286.
- Monteiro, M. M. (2002) *Como Tirar Apontamentos e Fazer Esquemas*, Porto Editora.
- Município de São Brás de Alportel (2005) *São Brás de Alportel, 90 anos de Memórias*, Câmara Municipal de São Brás de Alportel.
- Nilsson, J. H.; Svärd, A. C.; Widarsson, A., & Wirell, T. (2007) Slow destination marketing in small Italian towns. Paper presented at the 16th Nordic Symposium in tourism and hospitality research, Helsingborg.

- Nistireanu, P., Dorobantu, M. & Tuclea, C. (2011). The trilateral relationship ecotourism – sustainable tourism – slow travel among nature in the line with authentic tourism lovers. *Revista De Turism – Studii Si Cercetari In Turism*, (11), 34-37.
- Ocke, M. A. M., & Ikeda, A. A. (2014) Marketing de Lugar: estado da arte e perspectivas futuras. *Revista de Administração*, 49 (4), 671-683.
- Parkins, W. (2004) Out of Time: Fast Subjects and Slow Living, *Time and Society*, 13, 363.
- Parkins, W. and Craig, G. (2006) *Slow Living*. Berg, Oxford, UK.
- Pereira, A. (2015) *Breve História de São Brás de Alportel*, Câmara Municipal de São Brás de Alportel, São Brás de Alportel.
- Petrini, C. (2007) *Slow Food nation: Why our food should be good, clean and fair*. New York: Rizzoli Ex Libris.
- Pietrykowski, B. (2004) You are what you eat: the social economy of the Slow Food movement. *Review of Social Economy LXII*, 307–321.
- Pine, J., & Gilmore, J. (1999) *The experience economy: Work is theatre & every business is a stage*. Harvard Business School Press, Boston.
- Pink, S. (2008) Sense and sustainability: the case of the Slow City movement. *Local Environment 13*, 99–106.
- Poon, A. (1994) The ‘new tourism’ revolution. *Tourism Management 15* (2): 91-92.
- Prideaux, B. (2000) The role of the transport system in destination development. *Tourism Management, 21*, 53–63.
- Quadri-Felitti, D., & Fiore, A.M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing, 18*(3).

- Quan, S., & Wang, N. (2004) Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Radstrom, S. (2005) *An urban identity movement rooted in the sustainability of place: a case study of Slow Cities and their application in rural Manitoba*. Master's dissertation, University of Manitoba, Manitoba, Canada.
- Rainisto, S. K. (2003) *Success Factors Of Place Marketing, A Study Of Place Marketing Practices In Northern Europe And The United States*, Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, Doctoral Dissertation.
- Rawlinson, J. (2011) The Evolution of Slow Travel – International – March 2011, retrieved October 22, 2012, from Mintel Oxygen.
- Renda, A. (2012) *Percepção dos residentes sobre o impacto do turismo na sua qualidade de vida: o caso do concelho de Loulé*, Universidade do Algarve – Faculdade de Economia, Doutoramento em Turismo.
- Rheinberger, U., Schmied, M. and Götz, K. (2007) Greenhouse Gas Emissions Reduction by Target-Group Tailored Holiday Offers, in Peeters, P (eds) *Tourism and Climate Change Mitigation: Methods, greenhouse gas reductions and policies*, NHTV, Breda 143-155.
- Rodrigues, A. & Rodrigues, A. (2010) Lendas, contos de fadas e mitos dos Alpes: turismo de emoções em espaços rurais in Netto, A. P. & Gaeta, C. (2010) *Turismo de Experiência*, 217-236, Editora Senac São Paulo.
- Santos, A. F. L. (2010) Construir, habitar, viajar: reflexões acerca da relação comunicação – turismo comunitário in Netto, A. P. & Gaeta, C. (2010) *Turismo de Experiência*, 217-236, Editora Senac São Paulo.
- Schneider, S. (2008) *Good, clean, fair: the rhetoric of the slow food movement*. *College English*, 70(4), 384 - 402.

- Sequeira, B. D. (2015) *Gestão do Conhecimento em Organizações Hoteleiras: Uma abordagem da Sociologia*. Universidade de Évora – Instituto de Investigação e Formação Avançada, Doutoramento em Sociologia.
- Shimp, T., Saeed, S., & Madden, T. J. (1993) Countries and their products: a cognitive structure perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(4), 323-330. DOI: 10.1007/BF02894524
- Silva I., Veloso A. & Keating J. (2014) Focus group: Considerações teóricas e metodológicas, *Revista Lusófona de Educação*, 26, 175-190.
- Slow Food Association (2015) About Us, da Slow Food Association. Disponível em: [www.slowfood.com/international/1/about-us](http://www.slowfood.com/international/1/about-us) (acedido em 26 de Janeiro de 2015).
- Slow Food Foundation for Biodiversity (2015) Our Projects. Disponível em: [www.slowfoodfoundation.com](http://www.slowfoodfoundation.com) (acedido em 25 de Fevereiro de 2015).
- Slow Food Foundation for Biodiversity (2015) Social Report 2009, 104. Disponível em: [www.slowfoodfoundation.com](http://www.slowfoodfoundation.com) (acedido em 25 de Janeiro de 2015).
- Slow Movement (2015) The Slow Movement: Making a Connection. Disponível em: <http://www.slowmovement.com/> (acedido em 12 de Março de 2015).
- Smith, M. (2012) The emerging consumption of, and demand for slow travel: Just another niche travel adjective? *University of Exeter*, 1-41, <https://slowtravel1.files.wordpress.com/2012/06/slowtravel-draft.pdf> (acedido em 20 de Fevereiro de 2015).
- Sousa, A. (2005) *Investigação em educação*. Lisboa: Livros Horizontes.
- Speakman, C. (2005) Tourism and transport: Future prospects. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2, 129–137.
- Sul Informação (2012) Quatro municípios do Algarve criam associação de cidades Slow. Disponível em: <http://www.sulinformacao.pt/2012/12/quatro-municipios-do-algarve-criam-associacao-de-cidades-slow/> (acedido em 20 de Janeiro de 2015).

- Svärd, V. (2013) *Thesis - Features of Slow Philosophy in Kajaani: Slow Tourism as a Tool in Destination Development in the Land of Hunger*, Rovaniemi University of applied Sciences - School of Tourism and Hospitality Management, Degree Programme in Tourism, 13-27.
- Till, K. E. (2003) Construction sites and showcases: Mapping 'the new Berlin' through tourism practices. In S. P. Hanna & V. J. Del Casino, Jr. (Eds.), *Mapping tourism* (51–78). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Turismo de Portugal (2013) *PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo*, Lisboa, Ministério da Economia e da Inovação.
- UNEP and UNWTO (2005) *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, 11-20.
- Varley, P. & Semple, T. (2015) Nordic Slow Adventure: Explorations in Time and Nature, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15:1-2, 73-90, <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2015.1028142>
- Welford, R., & Ytterhus, B. (2004) Sustainable development and tourism destination management: a case study of the Lillehammer region, Norway. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 11, 410-422.
- Woehler, K. (2004) The rediscovery of slowness, or leisure time as one's own and as selfaggrandizement? In: K. Weiermair and C. Mathies (eds.) *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*. New York, London, and Oxford: The Haworth Hospitality Press, 83 – 92.
- Woodside A.G., Cruickshank B., Ning D. (2005) Stories visitors tell about Italian cities as destination icons. *Tourism Management* 28 (2007), 162–174.
- Yurtseven, H. & Kaya, O. (2011) Slow Tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles. *American International Journal of Contemporary Research*, Vol. 1 Issue 2, 91-98.

# APÊNDICES

## **Apêndice 1 - Guião de Entrevista com elemento executivo camarário**

Bom dia,

Antes de mais gostaria de agradecer pela sua disponibilidade e de saber se se importa que a nossa conversa seja gravada?

Portanto, neste momento encontro-me a fazer uma tese de mestrado em Marketing na Universidade do Algarve sobre Turismo *slow*, intitulada "Estórias para um turismo *slow*. Contributos do marketing na Serra Algarvia".

Tenho vindo a pesquisar sobre este tema e sobre São Brás de Alportel como *cittaslow*, e procurei inteirar-me de todas as atividades existentes neste âmbito.

A questão de partida desta minha investigação é a seguinte: Quais as narrativas peculiares do seu território que os residentes utilizam para apresentar a serra no concelho de São Brás de Alportel como destino turístico *slow*?

Por isso, o objetivo desta nossa conversa será a Dra. Marlene contextualizar-me e indicar-me atividades/ locais/ produtos *slow* e alguns residentes na Serra que me possam contar as suas estórias.

Passemos então à entrevista propriamente dita:

- 1) O que é que São Brás de Alportel tem de especial que justificou em 2009, a candidatura a *Cittaslow*?**
- 2) Sabendo que o turista *slow* procura no destino que visita: viver a Natureza; conhecer e envolver-se com a vida local e a cultura local; as atividades desportivas; conhecer o Passado e o Património material e imaterial; e sobretudo passar o tempo, sem pressa para realmente aprender e usufruir da experiência.**

**Neste sentido, pergunto-lhe que Atividades/ Locais/ Produtos foram desenvolvidas para dar suporte ao reconhecimento de São Brás como *Cittaslow*?**

- 3) **Quais destas atividades/ locais/ produtos considera mais representativos, autênticos e únicos deste território e que têm potencial turístico para serem melhor explorados/ divulgados no âmbito do conceito *slow*? Peça-lhe para escolher as mais importantes.**
  
- 4) **Com base no conhecimento que tem da nossa população, pode indicar-me pessoas da comunidade que contem pela sua vivência e autenticidade, histórias interessantes sobre cada uma dessas Atividades/ Locais/ Produtos?**

## **Apêndice 2 - Guião de Entrevista para os residentes com abordagem ao *Storytelling***

Olá,

Antes de mais gostaria de agradecer pela sua disponibilidade e de saber se se importa que a nossa conversa seja gravada?

Chamo-me Ana Beatriz e neste momento, encontro-me a fazer uma tese de mestrado em Marketing na Universidade do Algarve sobre Turismo *slow*, que se chama "Estórias para um turismo *slow*. Contributos para o marketing na Serra Algarvia".

Pretendo com esta conversa, que me conte como era a sua vida antigamente e como é hoje e me conte algumas estórias da Serra associadas ao que formos falando.

Passemos então à nossa entrevista:

**1) Como se chama?**

**2) Qual é a sua idade?**

**3) Onde reside?**

**4) Porque é que vive na Serra?**

- Sempre viveu na serra?
- O que gosta mais no local onde vive?

**5) Como era a vida antes?**

- Alimentação (o que comiam? Onde se arranjava a comida)
- Roupas (Como andavam vestidos, onde arranjavam a roupa e como era feita a limpeza, manutenção da roupa?)
- Compras (onde fazia as suas compras?)
- Educação (ia à escola? Como era?)
- Trabalho no campo (trabalhavam no campo? Como era? O que faziam?)
- Saúde (quando estavam doentes como era?)
- Diversão (o que faziam para se divertir?)

**6) E como é a vida hoje em dia?**

**7) Vivia do quê?**

**8) E hoje em dia vive do quê?**

**9) Como é que se deslocava?**

**10) E agora como se desloca?**

**11) O que é que mudou aqui na serra ao longo da sua vida? Como vê as mudanças que foram ocorrendo na serra ao longo dos tempos?**

**12) Qual acha que vai ser o futuro da nossa Serra?**

**13) O que pensa do turismo na serra?**

- Costuma ver turistas por cá?
- Gosta de comunicar com eles?
- O que lhe parece que eles mais gostam por aqui?

**14) Faça o seu apelo para que as pessoas subam à Serra. Ou o que gostaria de dizer às pessoas para que fossem mais vezes à Serra, quer seja a passeio ou para que a escolhessem como local para viver?**

**15) Lembra-se de alguma estória que se tenha passado consigo aqui na Serra ou com algum dos seus antepassados, que me queira contar?**

E terminámos. Muito obrigada mais uma vez pela sua ajuda que vai tornar o meu trabalho muito melhor.

## Apêndice 3 - Análise de conteúdo: Entrevista com elemento executivo camarário

**Tabela 1 - Análise de Conteúdo: entrevista com elemento executivo camarário**

Temática	Categorias	Sub-Categorias	Unidades De Registo	UC
São Brás de Alportel	Cittaslow		<p>“(…) São Brás tem imensas coisas de especial (...) há uma bateria de critérios imensa e depois o município, a vila ou cidade para ser <i>Cittaslow</i> tem que respeitar uma boa quantidade desses critérios. E São Brás passou perfeitamente nas exigências, esses critérios tem que ver com por exemplo, respeito pelo ambiente, defesa do património, existência de tradições, como é a questão da gastronomia, da doçaria, dos produtos locais. São Brás facilmente se percebe que ainda é uma terra onde tudo isto está muito presente e é natural e espontâneo, já não estamos numa situação como outras cidades estão que tiveram de ir recuperar, nós basta manter pois estão cá, o que é uma grande riqueza. Nós temos entendido esta questão como algo que consolida, que substancia digamos assim toda a estratégia, mas não é algo à parte e entendemos que faz sentido assim, porque nós não estamos de vez em quando em modo slow, nós estamos é sempre numa Cittaslow, e sempre que valorizamos a gastronomia, sempre que valorizamos a produção local com iniciativas como feiras ou mostras ou mercadinhos ou algo até mais pequeno e mais circunscrito mas que valoriza a produção local ou este modo de estar na vida, estamos sempre a defender esta marca.</p> <p>Portanto atividades, elas são imensas e transversais a tudo aquilo que se faz. O que eu posso sublinhar que São Brás tem de mais especial é realmente esta maneira de estar, e às vezes quando alguém vem de fora é que nos ajuda a ver isso, porque nós ainda temos a boa tradição de sentar à mesa para almoçar e estar e conviver. Isto para nós é muito normal mas para um cidadão nórdico não é, porque o almoço é algo que eles fazem por norma muito curto, entre dois turnos no trabalho, e para nós o almoço ainda é o almoço, isso é slow, é uma característica slow, ou o comer devagar, ou o comer entre família e amigos, o petisco que é a nossa marca slow, e depois todas as tradições que nós temos ligadas à comida. Tudo na nossa vida social é brindado com comida, qualquer quadra festiva tem doçaria e gastronomia associada.</p> <p>Nós somos slow sempre, mais modernamente falando e também é interessante isso, é que nós em São Brás temos conseguido e propositadamente juntar um bocadinho aquilo que é mais novo ao que é mais antigo, eu explico, por exemplo, temos feito imensas estradas novas como é o caso da Circular que ainda ontem foi a inauguração do troço final já, mas essa circular não é só uma estrada, podia ser, mas não, também tem uma via slow, tem uma lateral por onde as pessoas caminham, correm também, mas sobretudo caminham e convivem, distraem, portanto há sempre esta</p>	E

		<p>preocupação em criar espaços de vivência, e vivência é exatamente isso, é estar na vida de uma forma mais saborosa, com mais saúde, bem-estar... Seria imenso enumerar-te as razões pelas quais achamos que valia apenas na altura e pelas quais achamos que continua a valer.”</p>	
<p>Atividades/ Locais/ Produtos <i>slow</i></p>	<p>Exploradas</p>	<p>“(…) todo o turista, excetuando aquele que vai diretamente só para a praia, mas que fica lá mesmo só, que são poucos. A maioria do turista, e cada vez mais é um turista atento, curioso e que quer fazer um bocadinho de tudo. Portanto, mesmo aquele que marca as suas férias num hotel do Litoral, também, se puder e tiver oportunidade, gosta de vir experimentar outras coisas mais <i>slow</i>, quer em São Brás quer noutros concelhos aqui na nossa vizinhança.</p> <p>As atividades que foram sendo criadas é sempre um intercâmbio entre aquilo que o município faz e que as entidades, empresas, particulares vão fazendo e é bom que assim seja e gostávamos até que já estivéssemos num estádio mais avançado, porque também temos vivido uma crise que congelou muito o empreendedorismo durante algum tempo e ainda hoje. As pessoas têm mais medo de arriscar e isso fez com que não surgissem tantas atividades turísticas como nós gostaríamos e como esperávamos que aparecessem nessa altura. Nós temos por exemplo uma Rota da Cortiça, que foi definida já há muito tempo, ainda antes de termos conseguido a candidatura, já esse projeto existia e foi importante porque abriu um bocadinho o caminho para algumas atividades turísticas de Natureza, hoje São Brás de Alportel é conhecido de muita gente por ser terra da cortiça, onde se pode visitar fábrica, o próprio sobreiral, produtos feitos com cortiça de toda a marca e feitio, e essa é uma conquista efetivamente.</p> <p>Hoje em dia já não se fica pela questão da Rota da Cortiça e cada vez há mais percursos pedestres, percursos cicláveis, há uma boa rede de espaços já onde se pode observar aves, o <i>bird-watching</i>, que cada vez está mais desenvolvido. Não temos ainda e isto são pistas e eu espero que venha gente nova organizar coisas giras, o <i>bird-watching</i> precisava de ser mais desenvolvido e portanto, não basta ter os espaços preparados, temos que ter depois pessoas a fazer os percursos. É portanto um mar de possibilidades, ou uma serra de possibilidades para usar uma palavra muito melhor para nós.</p> <p>Temos, também, agora muito <i>slow</i> muito <i>slow</i>, e acho que é giro de sublinhar, nós temos sediados no concelho neste momento já três empresas turísticas que trabalham algo que é muito <i>slow</i>. Temos a do Centro Hípico com cavalos que já de si são <i>slow</i> e proporcionam todo um conjunto de atividades muito incrustadas na natureza, e não apenas o passeio mas também a arte de montar... Mas depois temos duas empresas que são com burros, ainda mais <i>slow</i>, estas são empresas com atividades giras e recentes que penso eu que não estaremos a falar outra coisa senão verdade, quando falamos que tem a ver com este ambiente que se foi criando de valorizar estas tradições e à algum tempo era impensável criar uma empresa para este fim. Temos a Passada de Jericó e a Burros e Companhia, que só trabalham com burrinhos, quer dizer isto era uma coisa impensável e cada vez vamos vendo mais pessoas interessadas neste tipo de atividades.</p> <p>Também temos duas empresas que trabalham atividades de aventura e de natureza, como é o Monte dos Marafados que é um monte na zona do Alportel, onde se podem</p>	

		<p>praticar atividades de natureza, desportos aventura, por exemplo tiro ao alvo e esse tipo coisas assim mais de natureza, são práticas antigas que vão sendo recuperadas, depois temos a zona extra que é mais para o paintball, aí já é uma coisa um bocado mais moderna mas é no meio da Natureza. Depois vão surgindo outras ideias novas, temos aí a recente Serra Algarvia, que está a tentar aproveitar os recursos, muita tradição e o que as pessoas ainda têm para contar para levar os turistas, mas antes dos turistas a preocupação da Serra Algarvia e que eu gosto particularmente muito, é dar a conhecer aos residentes estrangeiros aqui na zona, e essa é uma preocupação muito interessante e que nós também curiosamente vamos sentido, até aqui no município em que mais de 10% são residentes estrangeiros em São Brás, mas se nós formos alargando aqui aos concelhos limítrofes e já fomos até à freguesia de Sta Bárbara de Nexe de Faro, à freguesia de Sta Catarina em Tavira, à freguesia de Moncarapacho em Olhão, temos aqui estes 3 concelhos à nossa volta e até em Loulé, talvez aqui também. Nestas terras aqui mais perto, nós temos uma imensidão de pessoas que vieram de outros países, que escolheram esta terra pela tranquilidade, pela beleza da paisagem mas que não a conhecem bem e querem conhecer mais e são estas pessoas que tem sido muito interessante ver o interesse delas em conhecer as nossas tradições, algo que às vezes é muito simples para nós, mas para eles é um mundo novo que se pode mostrar. Portanto, estas são atividades que podemos também chamar turísticas apesar de serem para um público já residente, ou de segunda habitação, pessoas que passam cá a maior parte do seu tempo.</p> <p>Também temos uma empresa ainda à volta da Rota da Cortiça para complementar, temos a própria Nova Cortiça que é a empresa mãe, que depois gerou a Pelcor e que tem a tal fábrica que é a mais desenvolvida em termos de tecnologia de ponta no setor na cortiça em São Brás e que verificando a crescente procura turística, isto é interessante, verificando cada vez mais gente a querer visitar a fábrica, criou dentro da própria fábrica da empresa um filão dedicado ao turismo industrial, portanto isto acho que é um sintoma de qualquer coisa, deste crescente interesse das pessoas por esta área e antes disso não se expressava, portanto já existe dentro da Nova Cortiça um setor dedicado aos turismo para acolher esses turistas, organizar as visitas, etc, e penso que está a correr bem.</p> <p>Depois temos outra empresa que é a Algarve Rotas que também é sediada cá, não trabalha só em São Brás, trabalha também outros concelhos, mas que para São Brás tem uma quantidade de atividades ligadas não apenas à cortiça, mas também a outras tradições.</p> <p>Portanto, eu creio que isto mostra qualquer coisa e que já é aqui um bom sinal de atividades que estão a começar, e complementava também com outra que tem a ver com as Ervas Aromáticas, que também já está a funcionar, a empresa é sediada aqui em São Brás, as plantações são perto e que também permite não apenas produzir e vender, mas visitar, teve sempre a preocupação do turismo logo na sua génese. Isto são bons sinais e que antigamente nunca se pensava, antigamente quando se criava uma plantação nem pensar em ligar a vertente turística, era preciso é ter terra para cultivar e ter as máquinas, e agora há muitas vezes esta preocupação em ter logo um corredor, digamos assim, dentro da plantação, dentro da fábrica para que o turista os possa ver trabalhar e isso é muito interessante.</p>	
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

		<p>Acho que estão aqui alguns ingredientes que estão a começar a ser explorados, e às vezes o que faz falta, esta é a minha perspetiva, é coser as coisas. Nós algarvios, portugueses, seres humanos, mas muito mais os algarvios, não somos muito bons em trabalhar em equipa, em trabalhar em cooperativa, e isso às vezes é mau porque se nós percebermos, se a nossa preocupação for, atenção eu sou uma pecinha para encaixar neste puzzle, onde é que eu posso encaixar e ajudar o puzzle a ser melhor. Se tivermos essa perspetiva a coisa vai funcionando e cada vez somos melhores, muitas vezes não há esta perspetiva. O papel do município nestas coisas é praticamente ser um Sto António, e às vezes é difícil, acreditem, mas tentar valorizar, promover, porque é que vocês não fazem, ajudar ajudar, tentar casar tentar casar, olha aqueles também fazem porque é que não juntam?</p> <p>Muitas vezes temos empresas, ainda agora no Sábado foi um último caso disso em que uma empresa que trabalha para preparar o mercado que depois as agências de viagens vão vender, procurou o município para sugerir um programa, digamos assim de uma meia tarde para um grupo de agentes de viagens alemães que vieram em visita ao Algarve para conhecer o Algarve e Lisboa, nunca tinham estado em Portugal, e já foi bom terem essa aposta, portanto a empresa deles alemã disse: vocês agora vão passar dois dias aí em Portugal e façam favor de investigar o que é que o Sul tem e Lisboa. E dentro do Sul do país, dentro do Algarve, escolheram uma tarde para São Brás, é muito bom. No algarve pouco mais conheceram que não fosse hotéis, que é o que a maioria do tempo que eles vão é investigar os hotéis, mas em termos de atividades penso que só vieram mesmo a São Brás, é muito bom, isso já é nos colocar num patamar que normalmente não nos colocavam. Vinham direcionados para conhecer atividades relativas ao ciclo do pão, ao fabrico de pão artesanal, o que é muito interessante também. Estamos a falar de alemães. O que é que o município fez? Tentou arranjar-lhes o melhor programa, indicar, encaminhar, portanto esse é um bocadinho o trabalho que nós fazemos, e semear, no fundo isto é uma sementeira, todos os dias tentamos semear, tentamos que eles venham, gostem, fiquem agradados para trazerem pessoas para cá, este é o trabalho que nós fazemos, às vezes corre melhor e agente vê logo resultados, outras vezes é mais moroso, mas o turismo e ainda mais no Marketing, também é muito a forma como se fala, como se lida, como se sente é muito subjetivo. Nós vamos a um país porque há qualquer coisa que nos diz aquilo é giro, secilhar por causa da publicidade que é feita ou por um amigo que foi e gostou, portanto com tudo isto à uma onda que se cria ou não. Nós estamos a tentar criar essa onda à volta de São Brás.”</p> <p>“Depois pelos produtos poderíamos ir por aí fora, pelo vinho e outros...”</p>	
	<p>Por explorar</p>	<p>“ (...) azeite, e digo isto porque nós temos um Lagar de Azeite que é antigo mas que ainda funciona, que é o Lagar da Pecoliva, aqui perto na zona da Chibeira e aí já estamos numa caso em que após alguns contatos, o próprio lagar está disponível para deixar-se ajudar em termos turísticos, porque nós sentimos esta necessidade de criar atividade organizada, porque às vezes o que falta é haver atividades organizadas porque acreditamos que a procura exista, mas por vezes não estão as coisas organizadas para acolher os turistas, e esse é um dos nossos problemas. É o tal coser as coisas que eu dizia que faltava, e então aqui no azeite há certamente, um potencial</p>	

		<p>enorme para melhorar. O lagar tem uma parte antiga que está preservada mas que não está musealizada, precisa de painéis, de interpretação e depois tem outra parte que faz a laboração, a partir desta altura por exemplo, temos o Outubro, Novembro, Dezembro, porque também é o período do ano em que se faz o azeite, mas seria interessantíssimo explorar melhor esta vertente, portanto interpretar a parte antiga, e prepara porque teríamos certamente muito mais visitantes lá que depois da sua visita até provam e levam o azeite. E é algo que tem muito haver connosco, o azeite é só o rei, o imperador da Dieta Mediterrânica, que não falámos mas é um elo base daqui, e secalhar quando falamos em maneiras de estar na vida, a dieta mediterrânica é tudo isso, pois não é só o que se come mas toda a forma como estamos na vida, e o azeite tem tudo, é o rei da dieta mediterrânica como disse, é algo que vem da natureza e da nossa própria paisagem e território, está imensamente associado a tradições e património material, ainda hoje as pessoas gostam de ir apanhar azeitonas e isso é muito giro, não é nada que agente tenha que incentivar muito, é manter. Esta tradição é algo que ainda está muito presente nestes meses agora de Outono, portanto eu acho que era um produto que podíamos perfeitamente valorizar, e depois ter o lagar como este central, mas também e porque não ter imensos outros terrenos com olival que muitas pessoas têm e que as pessoas podiam começar a ver de outra forma, com outra rentabilidade. Portanto, o azeite eu acho que é fundamental.”</p> <p>“ (...) alfarroba, diria eu, isto eu aqui poderia elencar imensos, mas a alfarroba curiosamente quando temos um grupo de turistas verificamos logo quando agente diz alfarroba, carob, há sempre uma certa curiosidade em torno deste produto, que é muito mediterrânico, lá está, que não há em quase todo o mundo e que deveria merecer maior valorização, maior conhecimento. Até porque nós consumimos a alfarroba quando bebemos uma coca-cola, quando comemos gelados artesanais e felizmente ainda temos por cá muitos desses, todos esses levam farinha de alfarroba, e antigamente era assim que se fazia. Porque a farinha de alfarroba é imensamente útil pois faz bem a quase tudo, em papas de bebés até. É um produto que quer na semente quer na parte de fora mesmo da alfarroba, tudo tem imensas utilidades. E é um produto que nós temos, todos ou quase todos os terrenos aqui do barrocal têm a alfarrobeira. Como árvore é só uma das nossas melhores amigas, porque retém muito dióxido de carbono, até evita a propagação dos incêndios, tem tudo em bom, a alfarrobeira é uma rainha que merecia ser melhor difundida e depois como temos também fábricas ainda da trituração da alfarroba, este setor poderia turisticamente melhor trabalhado. Enquanto que no azeite já estamos numa fase em que pelo menos já se pode visitar o lagar, apesar de não estar preparado a 100% mas pode-se visitar, a alfarroba eu penso que ainda não se pode visitar, portanto este seria um setor que tinha tudo para poder ter. Podia o turista ver a alfarrobeira, e ela está sempre bonita e vistosa, podia participar na apanha na altura dela, e podia visitar a fábrica e ver as fábricas onde se trituram e conhecer um bocadinho esta história também muito nossa. Portanto, esta é uma dica de um produto que me custa muito não ser melhor trabalhado.”</p> <p>“ (...) doçaria. Nós já criámos uma marca que é o Doce Sentido, mas ainda temos muito que trabalhar sobre essa marca, esse é também um desafio ao trabalho conjunto porque é um setor muito competitivo da nossa economia local, é um setor</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>de mulheres, e as mulheres são por norma muito competitivas. Mas é um setor que mexe muito e que faz com que São Brás esteja presente nas melhores montras das pastelarias, dos melhores restaurantes do Algarve todo. É do trabalho das doceiras são-brasenses que se adoça praticamente a boca a todos os turistas, isto é engraçado mas é verdade. Porque se formos a restaurantes excelentes e hotéis, já deves ter tido essa experiência, encontras os docinhos que vão de São Brás. Portanto, se eles já estão a trabalhar tão bem onde se dão a comer falta trabalhar também o destino de São Brás como a origem, isto é a minha visão pessoal. E estas fábricas terem também esta perspetiva turística e que às vezes não têm, também não é fácil, eu digo isto porque também já tive oportunidade de fazer algumas visitas e todas as exigências da HCCP e companhia limitada também não facilitam muito as coisas, mas teria que ter sempre esta perspetiva de se poder fazer a visita e depois a tal prova com a venda do produto. Mas neste caso também não estamos a zero, temos a marca criada, folhetos, informação e algumas destas fábricas de doces já permitem visitas, ainda muito esporadicamente, e duas ou três delas, dizendo de cor até tem espaço de venda na fábrica que permite isso, e bonito e agradável, pelo que já temos muito caminho andado para criar aqui uma rota, um produto para vir visitar e faz todo o sentido, é um doce sentido, faz mesmo todo o sentido. Acrescentava que quase todas as doceiras passaram pelo Ervilha, o que é muito engraçado, muita gente mesmo que agente não sabe, e isso aconteceu também noutros setores como por exemplo a Fábrica do Beirão, muitos ou quase todos os carpinteiros passaram por lá. Depois as coisas mudam muito, mas estas casas antigas foram as formadoras desta gente toda.”</p> <p>“A outra questão e por falar em slow e em movimento, não podia deixar de falar de um produto, podemos chamar de produto, que podia, devia estar melhor sedimentado também no mercado, que é a nossa Calçadinha de origem romana. Para um turista slow, nada melhor que caminhar e caminhar sobre pedras com história, com pedras com mais de 1000 anos de história. Neste caso, nós temos a calçadinha preservada em dois troços que foi possível pôr a descoberto, temos um centro de acolhimento e explicativo, portanto é excelente. O visitante que vá ao Centro pode ficar com uma perspetiva muito interessante e conhecer depois outros vestígios no território que foram sendo descobertos. A calçadinha é o ex-libris da nossa arqueologia, mas há outras zonas no concelho de onde foram extraídas esses vestígios e que mostram uma história muito antiga aqui da nossa terra, e essa é uma perspetiva gira e que nós não estamos habituados a pensar, porque agente pensa que somos donos disto tudo, mas afinal há mais de 1000 anos já andavam por aqui e em parte até muito mais desenvolvidos do que agente pode normalmente pensar. Os romanos já faziam coisas fantásticas, e tinham uma vida muito mais à frente do que agente normalmente pensa. O que é certo é que a calçadinha não tem o número de visitantes que nós gostaríamos, nem pouco mais ou menos, e achamos, esta também é a minha perspetiva pessoal, que precisa de ser vista de uma forma turística, comercial. Os municípios tentam estabelecer parcerias, experimentar, promover, mas não nos cabe esse fazer esse trabalho comercial, e é esse que muitas vezes falta e nos custa ver elementos deste tão valiosos, que depois não são levados aos turistas, aqui faltava mais uma vez haver operadores, empresas, agências que soubessem tirar partido daquilo que ali está. Coisas simples como arranjar umas vestes e as pessoas fazerem</p>	
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

		<p>o trajeto vestidas, ou a cavalo ou de burro, qualquer coisa que transformasse aquela caminhada em algo inesquecível. É porque história tem tanta, que é muito fácil trabalhar, é criar o argumento, e assim naquela visita que já é bonita per si, sobretudo o troço B que é o troço mais a Sul, que é ladeado por muros altos, é muito bonito com paisagem bonita à volta, e realmente agente sente-se na história, mas claro que se eu for com uma veste qualquer ou em cima de qualquer coisa, ou com um burro ao lado, isso já vai mudar tudo, as fotografias que eu vou levar da minha viagem vão ser completamente diferentes e as minhas amigas vão querer vir também. Se for só uma caminhada não é muito diferente da caminhada que temos nos percursos pedestres imensos que temos que ainda nem falei deles porque é outro mar imenso de atividades que nós temos. Portanto essa era, em termos de história, que não podia deixar de ser património, e fazer desta calçadinha que secalhar se fosse bem explorada, ela própria trazia muito mais vida turística ao próprio centro histórico, que começa a estar melhor, mais procurado, mas o grande farol poderia ser esta calçadinha que no fundo desemboca no centro histórico.”</p> <p>“Falta também muito ainda valorizar a nossa Serra, a parte natural, há pouco falamos do património mais material e edificado, e a nossa Serra do Caldeirão que é esta vasta imensidão de território, que não é exclusiva de São Brás, mas a Serra do Caldeirão de São Brás tem muita riqueza por explorar. Durante muitos anos, demasiados anos foi muito esquecida e isso deixou cicatrizes de desertificação humana muito grandes, as pessoas deixaram de acreditar nela, na agricultura. Havia uma separação muito grande entre esta geração dos avós e dos netos. Os avós trabalharam lá, sempre viveram lá e valorizam muito mas não sabem o valor que têm aos olhos de hoje, podem ter uma antiga destilaria que não presta para nada. Os filhos tiveram de sair de lá à procura de trabalho e também não percebem muito, e são os netos, alguns netos, bons netos que já veem a destilaria do avô em ruínas como algo que pode ter potencial turístico, é nestes netos que agente tem de acreditar e noutros que venham de fora. Valorizar aquele património que está ali, porque tem um bocadinho de tudo, tem bonitas paisagens, têm percursos que se possam fazer, sejam pedestres, sejam de bicicleta, sejam de todo o terreno. Quase tudo se pode fazer na nossa Serra, sobretudo aquilo que é o potencial máximo quanto a mim é que nós temos uma serra, temos uma floresta muito pertinho, nós em 5 minutos estamos na Serra, mas em 5 minutos também já estamos aqui no Barrocal e em 15 estamos no mar, e é isto que faz toda a diferença, porque há concelhos que são mesmo de interior, eu digo mesmo interior porque eu não considero São Brás de interior, também já falámos disso, e acho que aí tem havido uma separação que não nos tem sido favorável essa divisão muito fria, interior, litoral, porque o nosso interior é tão pertinho, tão central que esse é o potencial que nós temos. O turista pode em menos de nada ter uma visão de serra e estar no meio da montanha sem ver mais nada senão serra, mas em menos de nada sai de lá e já está outra vez a ver o mar, e isso é muito bom, como turistas é muito bom porque eu acho que não há propriamente aquela coisa do: este senhor só vem para ver floresta o dia todo e não quer mais nada e o outro que só vem para estar de “cú de molho” e eu acho que essa divisão é um bocadinho virtual, porque nós próprios também gostamos muito, e eu falo por mim, pronto antes de pensar nos outros penso em mim, eu gosto de ir a um sítio para</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>descansar para tomar umas banhocas, mas quer dizer, eu quero ir fazer uma excursão e secalhar meio dia vou ver o património e à tarde já vou descansar um bocadinho, e isso pode-se fazer aqui, não tem de ser uma coisa de olha, agora levas ali uma “seca” ou um cansaço imenso porque é só serra, só serra, nada disso, temos que nos adaptar aquilo que nós somos, e podemos perfeitamente dar a conhecer os nossos valores mas já com outra dimensão, outro conforto e a sabedoria do nosso tempo. Pronto é mais ou menos aquilo que eu acho que é relevante não só para a tua tese, mas sobretudo para ti, muito mais que a tua tese, é porque são pessoas como tu que podem fazer a diferença e então tenho toda a esperança depositada na vossa geração, a sério, porque a minha já está um bocadinho a passar da fase e ainda não teve bem esta perspetiva, e às vezes até as dificuldades, sem dúvida, as dificuldades e a falta de alguns recursos que houve fizeram as pessoas olhar para aquilo que tinham, e isso secalhar a tua geração já está a crescer doutra forma. Durante muito tempo, e esta história das ervas aromáticas é um exemplo disso, a rapariga que tem a empresa, a Laura, ela tem sido muito reportada na televisão, nos jornais porque ela é bonita e bem posta e bem vestida, deixou de ser bancária para ser agricultora, e isso é que tem sido notícia, mas ainda bem que tem sido, porque essa é outra ideia errada, durante muito tempo foi vergonha trabalhar na terra, e era mesmo, ainda hoje é “ah coitadinho ficou na agricultura”, era a pior coisa e foi aí que isto ficou tudo muito desprezado. E ela é uma rapariga que não deixou de ser bonita, não deixou de ser ela, mas optou por trabalhar a terra e tira de lá coisas bonitas e coisas novas. Isto muda muito e gosto muito do exemplo deles por causa disso, porque impôs aqui realmente um novo paradigma das coisas.”</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Residentes</b></p>		<p>“O teu ponto de partida parece-me um pouco difícil pois os residentes quando apresentam a sua terra/ serra não fazem esta associação slow (...).”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ “José do Moinho (Cabeça do Velho), um senhor que viveu num moinho e trabalhou durante anos numa moagem, com muita história para contar.</li> <li>→ Ângela Fortes (Cabeça do Velho), que faz parte dum casal jovem que teve a coragem de construir a sua moradia na Serra do Caldeirão, mãe da menina “Lara” que deu nome ao projeto de valorização da Serra no pós incêndio.</li> <li>→ Albertina Brito, uma senhora bem castiça.</li> <li>→ Noémia Pires, uma professora que nasceu na Serra.”</li> </ul>

## Apêndice 4 - Análise de conteúdo: Entrevistas aos residentes

Tabela 2 - Análise de conteúdo: entrevistas com residentes

Temáticas	Categorias	Sub-categorias	Unidades de registo	UC
Modos de vida dos residentes	Alimentação	Passado	<p>“(…) fazia-se uma cozinha de batatas, um jantar, fazia-se um tacho de papas, lá é xerém, mas agente aqui chama papas que é de milho moído numa vasilha. Enfim, um molhinho de peixe, peixe assado. O peixe havia ali um senhor de São Brás, que chamava-lhe agente o Zé da Cigana, e pegava em duas canastras com um pau enfiado nas duas asas, e percorria esse caminho desde o Bico Alto por esses caminhos a fora a pé, e vinha vender isso aqui, e veja lá, com peixe espada, com carapau, enfim, o que eles podiam arranjar lá em São Brás, e vinha aqui vender (…).”</p> <p>“Havia também um senhor também ali da Alface, aí dessa zona, que chamava-lhe agente o Ti Naborri, esse não consegui saber o nome dele, era um velhote já velhote, trazia isso num burro, numas coisas que haviam também que chamavam-se zangarilhas, uma peça que ele punha ali em cima do burro e caminhava por ai acima e vinha vender o peixe aqui salgado e pronto, carapau negrão, comia-se aquilo e sabia muito bem.”</p> <p>“Quando fazia falta moer a amassadura moía-se uma arroba de trigo e fazia-se farinha, depois a minha mãe fazia o pão e então era assim que se vivia. Como já se falou fazia-se a tal cozinha de batatas, papas e enfim, era a alimentação que havia nessa altura, nesse tempo. Isso é mais ou menos como é agora, embora nessa altura houvesse mais faltas, mais miséria(…)”</p>	E1
			<p>“Lembro-me de na minha infância também termos vacas e cabras, desta forma, conseguíamos ter, para além da carne, os ovos e o leite fresquinho.”</p> <p>“(…) coziam pão em fornos de lenha (…).”</p>	E2
			<p>“Comíamos papas e jantar de grão e feijão, isso é que era bom, não era essas coisas que agente come agora, íamos para a aceifa e levávamos as papas para comer na aceifa, às 9 horas, 9 e meia.”</p> <p>“Antigamente só se comia peixe era de serra velha a velha, comia-se era sarnento.</p> <p>“</p> <p>“As matanças dos porcos, pois isso quando agente matava os porcos chamava a família toda para fazer o serviço e para comerem, chamava-se as famílias e se tivesse falta outras pessoas. As pessoas estavam sempre preparadas para vir às matações. Depois ainda levavam um bocadinho de costeleta, de lombo. E é assim,</p>	E3

		<p>pois as matações agente matava sempre dois porcos, e havia as lândes para agente os engordar(...). Eu matava dois porcos e punha-os dentro da salgadeira, debaixo do sal e ali tínhamos para comer o ano inteiro, e fazíamos chouriças que era para o ano inteiro. Fazíamos banha, a carne de ossos salgava-se, e a gorda também, os lombos fritava agente que era para ir comendo, guardávamos em manteiga, agente algum dia comia tudo (...).”</p>	
		<p>“ (...) na matança do porco, as pessoas matavam o porco, era uma festa, vinham pessoas, vinham os familiares de Castelão, da Feiteira, da Cabeça do Velho, para ajudar a matar o porco, depois para almoçar, depois fazia-se o jantar mais cedo para eles que iam, mesmo se chovesse e se a ribeira fosse completamente cheia, eles passavam na mesma e vinham ajudar.”</p> <p>“A alimentação, as pessoas comiam o que havia naquela época, se era época das favas comiam favas até...isso é uma parte que eu não aprecio muito, comia favas até enjoar. Agora que havia a carne do porco, era porco com repolho até cansar, ah a minha mãe costumava fazer uma coisa que me deliciava, que era, fritava, ainda hoje agente faz para os miúdos que eles gostam, bocados de costeleta e lombo na banha, salgado, e depois aquilo dava para mais tarde, às vezes no verão ainda dava para aquecer e para comer, era uma delícia, porque não era salgada da salgadeira. Mais, ia lá o peixeiro de vez em quando, então comprava-se os carapaus e as sardinhas, mas eram sempre salgados, porque não havia frigorífico, portanto não se podiam guardar, punham-se num alguidar de barro e depois punha-se sal por cima às camadas e pronto. E depois o pão, cozia-se, cada pessoa tinha o seu forno, não havia nenhuns fornos comunitários nos Parises, cada pessoa tinha o seu forno, coziam de 8 em 8 ou de 15 em 15 dias, conforme se a família era maior ou menor. Fruta, toda agente tinha muitas árvores de fruto, e pronto, os legumes. Comidas assim tradicionais, papas que se comiam com água mel, leite, mel, papas sozinhas, papas com chouriço, papas com pão torrado, estás a ver a variedade de papas, depois eram os jantares de feijão, que é o que chamamos agora de cozidos, de grão e feijão, havia também as cozinhas de batatas, que é as batatas guisadas com tomate, com sopas em baixo e uns ovos, a açorda (...).”</p>	E4
	Presente	<p>“Hoje já não há isso, a vida modificou, há o frigorífico, há a arca congeladora, há essas coisinhas todas que agente vai a São Brás por exemplo, trazemos de lá só aquilo que agente não tem cá, depois vemos aqui, congela na arca, está um dia ou dois ou coisa parecida e depois arranja-se a seguir e come-se, por exemplo traz-se pescada, um frango, bogas, carapaus, cavalas, agora por acaso a cavala até é muito apreciada, dizem que é muito bom e come-se muito e olhe eu gosto muito de cavalas. Também se mata aqui o nosso porquinho quando vinde o tempo, também se faz aqui a matação do porquinho gordo, também se arranja uns bocadinhos de carne para se pôr ali na arca, para se comer ao longo do ano. Enfim, é assim a vida.”</p>	E1

Vestuário	Passado	<p>“ (...) embora por cá se continue a cultivar os legumes e a criar animais, não como forma única de subsistência, mas para podermos colher o que plantamos e sabermos o que comemos, como é normal (...).”</p>	E2
		<p>“ (...) agora não se come nada. Agora só melingretes, melingretes é iogurtes, é aquelas coisas assim que agente algum dia não usava isso, e agora é só iogurtes e outras invenções que não haviam algum dia. E de maneiras que é assim a vida. “</p>	E3
		<p>“ (...) Porque matar o porco, agora é que tu queres um bocado de porco e vais ao talho, naquela altura não, tinhas carne fresca quando matavas um porco, porque não havia arcas nem coisa nenhuma. “</p>	E4
	Presente	<p>“A limpeza da roupa era à mão, era lavada à mão, as máquinas não haviam. “</p> <p>“ (...) nesse tempo quando se rasgava uma calça, as mulheres punham um remendo (...).”</p>	E1
		<p>“ (...) minha mãe sempre foi boa costureira e ainda hoje guardo roupa da minha infância feita por ela. A limpeza da roupa era feita no tanque, manualmente, ou então quando era necessário lavar roupas, tais como mantas, lençóis ou tapetes, esses eram lavados na ribeira.”</p>	E2
		<p>“ (...) a roupa andávamos para aí com trapos vestidos, pois remendados, fazia-se um buraco, punha-se um remendo de chapa. Íamos lavar a roupa aí a esses corgos, ao barranco, ele algum dia havia sempre água no barranco, aqui no barranco aqui em baixo, mas agora já não há água, a água desapareceu, nem na ribeira ele há, os pegos secou-se tudo este ano, agora não sei se já acariaram água ou não. Íamos a pé com a roupa às costas, ou à cabeça e vinha enxuta ou molhada à cabeça outra vez. Cada pessoa ia quando tinha vagar.”</p> <p>“Água para tomar banho era só de serra velha a velha, só de 8 em 8 dias, e depois era aquecida, agente ia lavar e tomava banho lá no corgo.”</p> <p>“Algum dia também fazia sabão, era com um pó, detergente, e juntava ao azeite ou à banha e púnhamos no fogo, mexíamos até que acoalhava e depois punha-se numa vasilha. “</p>	E3
		<p>“A roupa lavava-se na ribeira, agora de repente fizeste-me lembrar uma coisa maravilhosa, agente ia à ribeira no verão, íamos à ribeira com os burros com duas canastras carregadas de mantas, porque lavávamos e fazíamos aquela limpeza de fundo, lavávamos aquelas mantas todas de inverno e toda aquela tralha, e mais a roupa, levava-se aquilo tudo para a ribeira e depois fazia-se uma barrela, punha-se um tacho com água a ferver, punha-se as mantas lá dentro, e entretanto lavávamos nas ribeiras. Os peixes, já naquela altura ali havia um spa, agente punha os pés dentro de água e se descuidávamos vinha o cágado também, e depois lavava-se a roupa e punha-se a estender em cima do alecrim que havia na ribeira, que há alecrim selvagem naquela ribeira toda, e secavam ali. Portanto, só regressávamos à noite para casa com a roupa toda seca, tinha que ser mesmo num dia de verão que era par aquilo secar até meio da tarde. Pois o resto ia-se lavar quando se ia à</p>	E4

	Presente	<p>horta, nas tais tapadas que falei à bocadinha, algumas tinham pedra, ou então lavava-se em casa, mas como em casa não havia água assim com tanta fartura, ia-se lavar lá, levava-se o alguidar às costas e lá ia-se, depois trazia-se e estendia-se e pronto, não se sujava tanto com agora, quer dizer, mesmo que tivesse suja ficava-se suja e pronto. “</p> <p>“Quando se descosia, mas eu sempre comprei a minha, no Natal havia sempre uma roupinha nova, na Páscoa também se tinha uma roupa nova e quando já era maior, se havia baile também já tinha uma roupinha melhor.”</p>		
		“(…) pode haver quem agora vista um pouco melhor porque a vida também está diferente (…).”	E1	
		“Hoje em dia aproveito quando está bom tempo e lavo a roupa toda à mão aí fora no meu tanque.”	E3	
	Compras	Passado	“A respeito de comidas aquilo que não havia aqui pela serra ia-se aos Sábados ou Domingos, toda agente ia a São Brás às compras.”	E1
			“O meu pai é comerciante e costumávamos criar animais para os poder vender nos mercados mais próximos. Para além disso, sempre me lembro de termos uma pequena mercearia, onde podíamos encontrar, desde produtos para o lar, alimentação, cereais e roupa.”	E2
			<p>“As compras ia-se fazer a São Brás, mas agente algum dia não comprava nada, tínhamos tudo (…).”</p> <p>“A única coisa que se comprava era roupa, pois aqui não havia. E eu ainda cheguei a comprar daquilo das senhas, era meio quilo de açúcar e meio quilo de arroz, mas não me lembra já como era.”</p>	E3
		“Havia a mercearia, haviam duas mercearias, mas quando se precisava vir às compras, assim logo quando eu era mesmo pequenina, porque isto depois foi mudando, mas quando eu era pequenina vinha-se a São Brás (…).”	E4	
		Presente	“(…) compramos no supermercado (…).”	E2
			“(…) quase diariamente, cá vem o padeiro (…).”	
	<p>“(…) vêm vender o pão, olhe o pão anda aí todos os dias, e o peixe.”</p> <p>“(…) tem ali uma mercearia, pois e vem pão e vem peixe.”</p>		E3	
Educação		“Ta-se à escola, eu andei 4 anos em Santa Catarina da Fonte do Bispo, o meu pai depois veio para aqui, ele queria deixar-me lá mas eu não quis, não quis lá ficar e depois eu era assim muito maldoso para a professora, a professora não gostava muito de mim, batia-me muito e depois fui tomando grande zanga à escola, fiquei nem a meio tão pouco, sei ler e escrever qualquer coisa mas com muitos erros. Enfim, olha, tenho boa firma de letra.”	E1	
		“A escola primária dos Parises fica a 100 metros da casa dos meus pais, comecei a ir para a escola com apenas 5 anos, onde permaneci os 4 anos habituais e mais um, pois não podia transitar para o 5º ano com apenas 9 anos. Sempre fui uma aluna aplicada e responsável, ficar mais um ano não foi problema, pois acabei por	E2	

		<p>estar melhor preparada para o 2º ciclo. Aí então, fui estudar para São Brás de Alportel (...).”</p>	
		<p>“Eu fui à escola para aí 3 ou 4 dias só, foi no ano que a minha mãe partiu a perna e eu tive que deixar a escola. E pronto...eu sei ler! Eu sei ler isso tudo que está aí, aprendi à minha custa.”</p>	E3
		<p>“Tínhamos uma professora que morava mesmo lá perto da escola e então era casada com um senhor de lá e moravam na rua a caminho da minha casa. Um dia, tinha eu 5 anos, ia com a minha avó buscar água lá a um daqueles poços, que os Parises têm à volta do monte, tem vários poços e cada sítio, aquilo também tinha vários nomes, e cada sítio iam a um poço, e a minha avó naquele dia decidiu inovar e decidiu ir ao poço do lado oposto, e então o que é que foi? Vínhamos ali a meio do caminho, do largo e o poço ficava lá em baixo, encontramos a professora, a professora olhou para mim e perguntou: Ahh mas já está crescida! Não devia estar porque também nunca fui muito grande, mas prontos. Já está crescida, então quantos anos tem ela? Ah pois tem 5. Ah tão tem 5 e não, está mais que na hora de ir à escola, amanhã é para ir para a escola. Pronto, acabou a minha boa vida, fui logo para a escola. Fui para lá e fui para aprender, portanto, eu fiquei lá com os outros, só que depois aconteceu uma coisa, a senhora estava cheia de boa vontade, mas eu só fiquei com ela até ao fim do 1º ano, a senhora a meio do ano teve que ir fazer uma, agora agente chamamos de formação contínua, mas naquela altura não sei como é que se chamava, pronto, ela foi fazer uma espécie de uma reciclagem e foi para Faro. E então nós ficámos na escola, Parises tinha uma escola, mas não tinha uma professora, e então nós íamos a pé, quando eu fiz o 2º ano ia a pé até ao Javali, aquele monte fica 5 km, íamos a pé de manhã, eu e mais 6 ou 7 amigos e à tarde voltávamos para cá, exceto quando fazia trovões, eu nunca voltei para casa quando estava uma nuvem no céu ameaçando fazer trovões, eu ficava lá sempre e o meu pai, depois, ia-me buscar, nunca, naquela altura havia muitas trovoadas, mas era do género havia um trovão ainda na Espanha mas eu já não vinha para casa. E então almoçávamos lá, não era uma escola, era uma casa, mas ia a professora lá e então iam os miúdos da Cova da Muda, lá dos Parises, iam todos à escola dos Parises, depois no 3º ano já tive uma professora, a Rosália e no 4º depois ela veio-se embora. No 4º ano foi depois um outro inferno, pois a professora que veio era solteira, não, era semi-solteira, tinha medo de dormir sozinha e pedia ao meu pai para eu ir lá dormir. Então ele ia levar-me todos os dias lá, um dia apareceu o marido, isto podem-se contar estas histórias não se podem? Então um dia apareceu o marido à noite, ah e juntávamos-se à noite, o meu pai ia-me levar, ficava um bocadinho à lareira e ficavam várias pessoas, e lembro-me uma vez de lerem o livro do Humberto Delgado, a professora lia para eles o livro do Humberto Delgado, eu lembro-me disto, e então de maneira que bom, chegou o marido dela que se chamava Eliseu e</p>	E4

		que eu nunca mais me esqueci, e o marido dizia assim para o meu pai: pronto Sr. Polinário, eu já estou cá, pode-se ir embora. E a professora dizia: não Sr. Polinário, mas não leva nada, a sua filha fica cá esta noite. Bom, não Sr. Polinário, pode levar. Até que no meio daquilo tudo, o meu pai dizia, olha Sra. Professora tenha cuidado consigo que eu vou levar a minha filha, vou-me embora, e pronto fui para casa. Depois aí não havia mais escola, normalmente acabava aí não é? Pronto, mas o meu pai teve a feliz ideia de dizer se eu queria ir estudar para Faro porque ele tinha lá uns amigos, que não se importavam que eu ficasse na casa deles, tinha 9 anos. Foi então que eu fui, fiquei lá em casa deles durante dois anos, depois entretanto a Sra. morreu, vim aqui para São Brás, e aí havia táxi, bom era um táxi que nos ia buscar, a mim e aos outros (...).”	
Tarefas ligadas à Profissão		“Eu cresci, tomei novamente o mesmo ofício que o meu pai, trabalhei além naqueles moinhos que são nossos, são meus e das minhas irmãs, vamos lá. E trabalhei aqui também nos moinhos de água aqui na ribeira, uma ribeira que passa aqui deste lado que é a Ribeira de Odeleite, outra passa por aqui que é a Ribeira de Fronteira. Trabalhei nos dois lugares, e agora ao longo do tempo cheguei a esta idade e agora é um pouco mais folgado. E além disso também trabalhei ali naquela moagem, é verdade, está ali uma moagem, onde trabalhei uns 40 anos, talvez. Aquilo começou ali a trabalhar em 62, trabalhei ali sempre naquela moagem por conta do patrão da moagem.”	E1
		“Também andei trabalhando por fora, eu andei à uva, eu trabalhei 6 anos com um patrão à uva, já depois dos filhos estarem todos casados, depois de eu estar sozinha. Eu ia apanhar aí para esse Algarve (...).”	E3
		“ (...) por exemplo ali os jovens com 20 anos iam para o Alentejo ceifar, todos, olha, era uma forma de fazer algum dinheiro nessa altura, iam ceifar e ganhavam algum dinheiro e depois usavam, pronto, cada um para aquilo que queria.”	E4
Gado		“ (...) o hábito de criar animais, desde porcos, galinhas, ovelhas (...).”	E2
		“ (...) as vacas tinham cada ano um bezerro, outras vezes tinham ano sim ano não, e vendia-se para aí por 14 euros ou 15, e com esse dinheiro agente governava-se.” “Agente criava gado e era do que agente vivia, era do gado. Tínhamos duas vacas e tínhamos gado das ovelhas (...).”	E3
		“ (...) havia um rebanho comunitário, e todas as pessoas tinham, vacas já não me lembro, no meu tempo lá já não haviam vacas, eram cabras e ovelhas. Então as pessoas tinham e consoante se tu tinhas por exemplo duas cabeças, se tu tinhas dois animais, ias com outra pessoa um dia, se tu tinhas 4 animais ias com outra pessoa dois dias, mas podias ir sozinha e aí nesse caso bastava ires uma vez só, e guardavam. Depois combinavam que às 9 horas juntavam-se todos no largo onde é agora a escola, à frente da escola, juntavam-se todos aí e quem ia guardá-las levava-as, depois à tarde, conforme a hora, agora de Inverno mais cedo, 5 e meia	E4

		<p>por aí, vinham ter todos ao mesmo sítio, e as pessoas saíam de casa e iam lá buscar os seus animais que era para levá-los para o sítio, e ainda era um longo percurso por aquelas ruas acima, e aquilo estava tudo ali muito certinho.”</p>	
		<p>“ (...) semeava-se batatas e fazia-se um bocadinho de sementeiras, de tomateiras e griséus, ou seja, ervilhas.”</p> <p>“Hoje só o que não há por aqui é a sementeira aí pelos campos, o que há mais é por exemplo, semear umas hortinhas, é o que as pessoas se preocupam mais a fazer. “</p>	E1
		<p>“ (...) tivemos a nossa horta com produtos agrícolas, desde batatas, cebolas, alhos, couves entre outros legumes, assim como árvores de fruto.”</p> <p>“ (...) semear, colher, apanhar medronhos, azeitonas. “</p>	E2
		<p>“ (...) tínhamos feijão à farta, tínhamos repolho à farta, tínhamos batatas à farta, agora é que já não há nada. Pois agente vivia da agricultura (...).”</p> <p>“ (...) a minha vida algum dia era andar com vacas, e a ceifar, e acartar com bestas, e debulhar, e vinha acartar o grão para casa, acartava-se para a eira, e debulhava-se, e depois acartava-se o grão para casa, era a nossa vida, algum dia era esta. E ia-se regar às hortas, e tinha de acariar comida para as vacas, e ia com as vacas, agente estava aceifando e ia com as vacas atrás, a nossa vida era esta. Ora o trabalho no campo era cavar e lavrar, o trabalho no campo já se sabe como ele é, o trabalho no campo não é como no Algarve (...).”</p>	E3
		<p>“Porque havia muito, vivia-se em função daquela comunidade, por exemplo, eu lembro-me que havia as hortas, que era uma das minhas tarefas, era ir regar. As hortas, os Parises fica situado num cimo dum monte, portanto as hortas ficavam todas nos vales e longe, aquilo ficava longe do monte, pelo menos a meia hora ali do caminho, e então eram os únicos bocadinhos de terra com água que se podia semear os legumes, e então eram partilhadas. De maneira que cada pessoa tinha um bocadinho pequenino, e depois então elas combinavam em modo comunitário quem é que regava. Por exemplo, se tu tinhas só um bocadinho, tinhas direito a meio dia de água, por exemplo, à segunda-feira de manhã era para ti. Ah e havia um dia, que eu não me lembro, que combinavam assim no fim da Primavera, que combinavam daí para a frente como é que iam fazer, quais eram os dias que iam lá à horta. Então era, por exemplo, se tu tinhas dois bocados então tinhas que ter um dia inteiro, tinhas um dia inteiro de água, se tu tinhas mais que dois bocados, que não era muito normal, então tinhas um dia e mais um bocado do outro. Depois voltava tudo ao princípio, portanto havia um dia, eu lembro-me muito bem, pois era uma das minhas preocupações, a água era vinda de tanques, com os troncos das árvores, era uma nascente e os troncos das árvores estavam ali, eles acrescentaram mais uns bocados de barro e pedras, e ficou tipo uma tapada, um tanque, pronto, e tinha um buraquinho e lá dentro tinha uma rolha de cortiça enrolada em montes de serapilheira e agente tinha de tirar a rolha, e depois aquilo</p>	E4
	Agricultura		

		<p>corria até lá abaixo. Portanto a preocupação, e que a minha mãe me dizia sempre era, não deixes a água aberta porque se não a vizinha amanhã não tem água, eu levava aquilo muito a sério, e pronto essa parte.”</p> <p>“Se tu semeavas e atrasavas-te um bocado com a sementeira por algum motivo, ou os outros acabavam primeiro, toda agente ia ajudar até tu acabares (...).”</p> <p>“ (...) é esta parte boa que se perdeu, isto já não existe, eu e o meu pai ainda hoje estávamos a falar que começaram a haver as máquinas, mas as máquinas não foi para todos. Realmente mecanizou-se, mas ali na nossa Serra, as condições geográficas não permitem que se ponha nenhuma máquina naqueles terrenos, portanto o que é que aconteceu? Acabou. Não se semeia, não se ceifa, não se faz nada. Antes ceifava-se com foice. “</p> <p>“ (...) o meu pai ocupava-se mais da cortiça, a minha mãe ceifava, e a minha tarefa era mesmo essa, era ir à horta regar. Às vezes a minha mãe dizia, então porque é que não experimentas a ceifar? E o meu pai dizia: ah deixa a moça estar aí, e eu gostava muito de estar lá debaixo de um sobreiro a ler uns livrinhos que ele me comprava lá esparramada, e pronto, o meu pai dizia: não, a moça não precisa cá de ceifar que isso ela não precisa disso se Deus quiser, que vai fazer outra coisa, deixa está-la aí a ler, e pronto, não aprendi muito nem a ceifar nem fazer assim mais nada do campo.”</p> <p>“ (...) a agricultura não é fácil, trabalhar na agricultura é envelhecer aos 30 anos.”</p>	
Saúde	Passado	<p>“Quando estávamos doentes era difícil, não havia estradas, não havia nada de transportes, havia mas não era para andar na estrada de alcatrão, não era para aqui porque não havia carreiras, não havia nada e havia um grande médico, ou que diz que era um grande médico em São Brás de Alportel que era o Sr. Dr. Coelho, não sei se já tem ouvido falar nisso. Morava ali na Campina, e esse médico fazia as visitas de macho ou de cavalo, vamos lá assim, vinha a casa das pessoas.”</p> <p>“É assim, o Dr. Neves também ainda veio aqui à Cabeça do Velho, para avisar o médico tinha que se deslocar uma pessoa ou a pé ou tinha de se montar numa bicicleta a pedal e apanhar a estrada e ir lá dizer.”</p>	E1
		<p>“ (...) quando estávamos doentes fazíamos o chá da salva, e agente melhorava, isso era lá quando era que agente ia ao médico, agente melhorava com o chá da salva.”</p>	E3
		<p>“Quando ficavam doentes, olha, o meu pai conta-me que eu tive uma meningite quando tinha 3 anos, e então estava muito mal, entretanto tinha-se procurado fazer todas as mezinhas caseiras possíveis e imaginárias, e um dia ele tinha ido procurar uma senhora que morava na Feiteira, que era especialista em mezinhas caseiras, quando chegou a casa eu estava mesmo quase a morrer, cheia de febre, então pegou em mim às costas e veio com a minha mãe, ele diz que veio a correr de tão mal que eu estava, foi apanhar um carro que passava na estrada que vem do Barranco do Velho, agora naquela estrada de Lisboa, porque aí passavam muitos</p>	E4

Diversão	Presente	<p>carros. Então ele foi por um atalho, e é longe, comigo às costas até lá, depois apanhou boleia num camião e veio para São Brás comigo ao médico. Não se nota muito, foi, ainda foi mais ou menos a horas. De resto, quando era assim muito grave era assim, quando era mesmo muito grave as pessoas morriam, pronto. E se não eram mezinhas caseiras, era o mel, era o chá, era os farelos quentes quando te doía a barriga. Bom, há umas mezinhas que são realmente umas porcarias, mas eu lá em casa não se usava muito isso, era mesmo só isto, era chá, mel e os farelos quentes para pôr na barriga quando doía a barriga, umas batatas quentes na cabeça quando se tinha febre, não havia assim mais nada.”</p> <p>“Lavei, ele tinha um lenço, dei-lhe com a água fresca, pus-lhe ali e todos os homens do campo usavam no chapéu preto uma teia de aranha dentro da fita do chapéu, por precaução, todos. Ninguém andava lá no campo sem essa caixinha de primeiros socorros. Se tu puseres uma teia de aranha em cima duma ferida, o sangue deixa de correr, pronto.”</p>	
		<p>“ (...) quando estamos doentes temos de socorrer ao médico, se a pessoa ainda estiver capaz de andar e tiver bicicleta a motor, desloca-se de bicicleta a motor como eu já tenho feito isso com a minha mulher, e se não for assim, chama-se a ambulância ou o carro de praça, desenrasca assim. E os que estão muito mal ficam internados, se não estão muito mal vêm para casa e acabam de curar.”</p>	E1
		<p>“Quando estávamos doentes tínhamos de nos dirigir para o Centro de Saúde de São Brás ou então para Faro.”</p>	E2
		<p>“Agora já não se melhora, agora estamos constipados vai para o médico, quanto mais comprimidos agente toma, pior estamos (...).”</p> <p>“Às vezes vem aquele carro do centro de saúde, vem aí ver as atenções, quem está vê a tensão, quem não está não vê. Só vêm as atenções e mais nada, vêm de 15 em 15 dias.”</p> <p>“Pois agente só o que tem falta é de saúde.”</p>	E3
Passado	<p>“Ah isso divertimentos havia muitos, havia bailaricos e havia muitos divertimentos. Aqui assim ainda até à poucos anos atrás, fiz ontem 50 anos de casado com aquela senhora, ontem. E Depois cacei-a ali, combinamos e cacei-a ali dum bailarico que havia ali, anda lá vamos embora. Fomos embora, havia aqui ainda um outro rapaz que hoje mora lá em São Brás, depois dagente ir embora, pensaram novamente a vida deles, abalaram, foram também, juntaram-se na mesma noite. E então era assim, havia muitos bailes de 15 em 15 dias, ou de mês a mês, havia aqui sempre bailes. Nos bailes as modas eram tocadas com o harmónio (...).”</p> <p>“As mães das raparigas punham-se em volta nas cadeiras em volta redonda, para olhar e ver o que é que se passava, e depois quando acabasse a música tinham de ir para ao pé da mãe e juntavam-se todas ali num montinho. Agente depois dava-lhe sinal com a cabeça, agora hoje não precisa dar sinal, cada um dança para si e</p>	E1	

		<p>agarram-se uns aos outros e vão e levam a vida assim. Mas às vezes, levávamos cabaços, por exemplo eu dava-lhe sinal a ela, mas ela tinha um outro que gostava mais, que já estava comprometida o outro também lhe dava sinal também com a cabeça, ela dava-me o sinal que não e ia dançar com o outro e eu ficava ali com um cabaço, chamava agente um cabaço. Mas haviam alguns rapazes que levavam isso para um certo campo e às vezes discutiam. Também havia as rifas na Quaresma, havia uma pessoa ou outra, como aqui havia muitos rapazes e muitas raparigas e vinham mesmo de outros lados e depois havia uma pessoa ou outra que combinavam por exemplo fazer a rifa e depois diziam assim, tal dia há uma rifa em tal casa, em tal monte, em tal sítio. Depois agente aos domingos ou dias santos preparávamos todos de roupa mudada e tudo, íamos por exemplo ali para um monte que é as Lages, ao Cerro da Ursa, ou aos Montes Novos, íamos ali, íamos à rifa, havia uma baralha ou duas de cartas e depois fazia-se um montezinho aqui e outro ali, outro além, e você nesse montinho punha 3 rebuçados, a outra punha 5, a outra punha 3 ou 4 e depois íamos a voltar a carta a ver o quem é que tinha ganhado, que haviam certas cartas que ganhavam e depois quem perdia tinha que dobrar os rebuçados, se estavam 3 tinha de pôr mais 3. Depois de todas as cartas havia uma que era mais forte, era o 7, quando saísse o 7 dizia-se assim, olha saiu a baralha, quando saia arrecadava tudo o que estava ali, não pagava nenhum a ninguém, ficava com aqueles rebuçados todos, às vezes eram 15, 20 rebuçados. Às vezes saia duas ou três vezes à mesma pessoa. A rapaziada e gente mais idosa, gente casada bebiam um copinho de aguardente com os rebuçadinhos, era o divertimento, era um dia bem passado, era uma tarde assim. Às vezes também apanhavam umas bebedeirinhas, também se embebedavam um bocadinho e depois vá de discutir, vá de garrear. Pois enquanto uns jogavam, outros assistiam ou divertiam-se com outra coisa, com a aguardente e tremoços. Havia mulheres e homens mas era mais os rapazes que jogavam. Compravam-se 5 tostões, que é 20 centavos, 12 rebuçados. Havia pessoas que ganhavam quilos, quando a baralha estava muito tempo com aquela pessoa, e depois levava-se para casa e convidava-se um moço pequeno para ajudar a comer. Era os divertimentos que agente tinha, não havia outra coisa e para nos deslocarmos daqui para São Brás, só a um Domingo de páscoa por exemplo, isso toda agente ia a São Brás nessa altura à Aleluia. “</p> <p>“ (...) antigamente era os piaís das casas (...)”</p>	
		<p>“ (...) brincar na escola com os colegas (...)”</p> <p>“ (...) tempos livres eram passados ou a ajudar nos trabalhos agrícolas ou no café (...)”</p>	E2
		<p>“ (...) havia bailes aí na Cabeça do Velho, sempre a todos os 8 dias, todos os outros 8 dias havia aí bailes aí, havia muita malta, era o gira-discos, era foles (...)”</p>	E3

		<p>“Ai vinham tocar, eles eram tocadores, esses que se apuravam, e era gira-discos, elas bailavam sempre, elas e agente. As rifas haviam todos os Domingos na Quaresma, agora não se fala nisto tão pouco, já nem ninguém sabe como é que isso se fazia. As rifas era bonito, íamos todas, todos tinham gado e todos iam com o gado e prendiam o gado e iam à rifa. A rifa era com rebuçados, agente comprava 5 tostões de rebuçados e era um punhado de rebuçados, agora 5 tostões é 1 rebuçado. E é assim...depois os namoricos cada um desenrascava-se, como podia.”</p>	
		<p>“Ah isso para nos divertirmos, ora bem, até aos 9 anos eu lembro-me que o meu pai ia à venda jogar à malha, havia malhas e eles iam jogar às cartas. Na Quaresma jogava-se ao rebuçado, lembro-me daquilo dos montinhos e à malha. Agora, mais tarde havia as tiradas aos pombos, que era uma festa e havia os bailes, e havia os piqueniques, mais nada. Mas pronto, os bailes, as tiradas aos pombos, os piqueniques, isto já era suficiente para agente se divertir a montes. Os piqueniques era só quando eu já tinha para aí uns 15 ou 16 anos, agente encarregava-se de fazer ir muita gente, só havia um telefone que era o da Sra. Zezinha, então agente depois telefonava, nos outros sítios também era só assim, agente telefonava e deixava recado a dizer que ia haver piquenique, então vinha a malta toda nova que estava a estudar. Havia também o divertimento dos emigrantes, porque quando os emigrantes chegavam era uma festa, eles chegavam, eles traziam uns rebuçados que agente nunca tinha comido, uns caramelos fantásticos, era tudo coisas novas, até as roupas aquilo eram diferentes, e depois falavam de uma forma muito engraçada. “</p>	E4
	Presente	<p>“E depois agente dançávamos agarradinhos com as raparigas, claro, mas não é como agora, agora é uma propaganda qualquer.”</p> <p>vamos vivendo a vidinha daqui, e vai-se andando para a frente até que venha uma coisa só. O ponto de encontro agora é mais no café (...) agora é além no campo da bola tem um bom café com uma boa máquina de café e uma boa televisão por conta da Associação de Futebol que a rapaziada arranjou e depois aquilo tem andado um bocadinho para a frente com a ajuda da Câmara Municipal (...).”</p> <p>“E também uma Vendinha aí à frente nessa mulher que tem aí o correio e as pessoas ao Domingo ou à hora de almoço vão ali tomar um cafezinho. Às vezes ainda fazem uns bailes, umas brincadeiras, por sinal o Sr. David que é o presidente da Junta já se tem preocupado com isso também, e arranja lá um tocadorzinho, uns moços que saibam tocar aquelas palhetas e junta-se além no Campo a rapaziada velha e alguns novos, dança tudo ao mesmo tempo. Mas ali não é cada um por si, é agarradinhos, agarram-se ali as pessoas (...).”</p> <p>“ (...) nos Parises, no Magusto (...). Trazem um saco de castanhas vêm várias pessoas da câmara, da Junta de Freguesia, quem quer, fazem ali uma festinha à tarde até ao sol posto e depois cada um leva um pacotinho, bebemos e comemos,</p>	E1

		<p>dançamos. No domingo também vai haver uma caminhada para ajudar os velhotes daqui, e depois faz-se um almoço partilhado onde cada um leva aquilo que quiser levar.”</p>		
		<p>“Os namoros algum dia, não é como agora, nada de escapar, agora agarram-se aí e metem a língua na boca, e assim tão, pois é o que eu vejo.”</p> <p>“Olhe está ali a televisão, é o meu divertimento, é aquele que eu não saio daqui. Só tenho aqui 2 vizinhos aqui em baixo, um casal e tá ali outra ali em cima mas ela foi-se embora lá para a Mesquita, e por isso estou aqui sozinha.”</p>	E3	
		<p>“ (...) reduziu-se à Festa dos Parises, que é em Maio, e que de divertimento também não...pronto há um baile, e as pessoas vão lá e dançam um bocadinho, de resto mais nada. Quando querem divertimento, elas vêm a São Brás, vai o autocarro da Câmara, vai buscá-las, e vem aqui, trá-las para a feira, trá-las para todas as coisas que vai havendo.”</p>	E4	
Modos de Transporte e acessos		Passado	<p>“ (...) nesse tempo quando eu tinha os meus 7 ou 8 anos, não havia bicicletas a motor tão pouco, tinha que se deslocar uma pessoa assim. As estradas eram caminhos de terra feitos pelas pessoas para irem passando com as bestas, os machos. “</p> <p>“Mas era uma vida um bocado pesada porque toda agente que não tinha um animalzinho para ir a cavalo ia, deslocava-se a pé daqui, era 3 horas para lá e 3 horas para cá, era mau, era uma vida nada boa. Mas enfim, disso ninguém morreu.”</p> <p>“ (...) nessa altura não passavam aqui transportes, não havia estradas, não havia carreiras nenhuma.”</p> <p>“Deslocava-se de animal ou a pé, claro, aqui pela Serra fora até ao Bico Alto, era o nosso caminho, 3 horas para lá, 3 para cá a pé.”</p>	E1
			<p>“ (...) todos os dias o autocarro da Câmara nos ia recolher às nossas casas, para podermos frequentar os estabelecimentos de ensino.”</p>	E2
			<p>“Tínhamos bestas, tínhamos burros, tínhamos machos (...).”</p>	E3
			<p>“ (...) vinha-se de burro, demorava-se duas horas de caminho lá por aqueles montes e chegávamos escalfados a São Brás (...).”</p> <p>“ (...) e depois só podíamos ficar em São Brás até ao meio dia, mais do que isso já chegávamos tarde a casa, agora então se fosse de inverno. E nunca vinha um só, vinham vários, juntavam-se várias pessoas e vinham.”</p> <p>“Ou andavam a pé ou andavam de burro. As estradas quando eu andava na escola, ali na Cabeça do Velho já havia estradas, mas não havia carros e era uma estrada de terra (...).”</p>	E4
			<p>“Onde hoje, na vida de agora se não fosse aquele bem da Câmara, que a Câmara Municipal ofereceu o transporte para toda agente ou quem quisesse ir a São Brás governar a vida, ainda ontem foi o último dia que assim foi. O pessoal aqui da Serra, só houve uma pessoinha de algum transporte, o pessoal se não fosse assim</p>	E1

		<p>não ia, ninguém ia daqui a São Brás. Assim mesmo com 90 anos vão, ainda vão a São Brás, têm um transportezinho oferecido pela Câmara. “</p> <p>“ (...) é assim que agente vive por aqui assim, acho que não é muito mal, é mais mal por estarmos longe das providências, está-se longe, mas como temos aí uma boa estrada depressa se põe aqui um carro para vir buscar agente quando tiver falta (...).”</p> <p>“Agora é o autocarro da Câmara ou de bicicleta a motor.”</p>	
		<p>“De automóvel (...).”</p>	E2
		<p>“ (...) carro (...).”</p>	E3
		<p>“ (...) depois começou a haver transportes e as pessoas começaram a vir mais para São Brás, de bicicleta, de carro.”</p> <p>“De carro.”</p>	E4
Sustentabilidade da Serra	Residentes	<p>“Vivo na Serra porque fui nascido de Santa Catarina da Fonte do Bispo e depois o meu pai era moleiro, não sei se sabe, se compreende o que é que isso venha a ser, o nome de moleiro é aquela pessoa que sabe lidar com mozes, as mozes são de pedra e trabalha nos moinhos, nos moinhos de vento ou seja moinhos de água movidos a água. E então o meu pai resolveu, mas na altura lá em Santa Catarina, aquilo não era dele, era pessoas que viam mais ricas noutro tempo e então chamavam aquelas pessoas que tinham aquelas ideias dum serviço, de fazer, de ser um ofício, vamos lá assim, pois. E então o meu pai, sabia, conhecia disso, já o pai dele assim era e então trabalhava lá em Santa Catarina na Fonte do Bispo por esse ofício e depois resolveu em comprar aqui na Cabeça do Velho, haviam aqui uns moinhos que se vendiam e depois resolveu em comprar aqui e depois veio para cá, trouxe agente, os filhos e a mulher para ali, ali são os moinhos que estão ali em cima. E daqui fizemos a nossa vida, o meu pai depois tinha 42 anos quando faleceu, agente ficámos miúdos e fomos vivendo ao longo do tempo com a minha mãe. A minha mãe trabalhava por aqui assim que havia famílias que traziam pessoas ao trabalho e ia trabalhando e agente foi-se criando todos até que chegou a este nível de vida.”</p> <p>“ (...) eu gosto de estar aqui na Serra, gosto mais de estar aqui que gosto de estar em São Brás, porque estamos mais à vontade e aqui é mais sossegado, está-se mais livre. Pois temos aqui as nossas fazendinhas que são mais da minha mulher, e trabalhamos aqui na agricultura e vamos trabalhando como agente quer, à nossa vontade, temos uma pequenina reforma, e assim vamos vivendo a nossa vida.”</p> <p>“Isto também as pessoas já está tudo com uma longa idade, também não podem, os mais novos vão embora daqui, saem para trabalhar, vem para fora, vão à sua vida, perguntam uma vida melhor e realmente quem viveu aqui nunca enricou, teve sempre a sua vida escapatória, mas ricos não, não dava para isso, a agricultura não dava para isso. E então é assim até à data, vive-se assim, eu e as outras pessoas que moram por aqui que já são poucos. Já são poucos os que</p>	E1

	<p>moram por aqui, pouca gente, aqui na Cabeça do Velho ainda vivem umas 60 ou 70 pessoas, mas há uns 40 anos atrás eram uns duzentos, porque casavam e tinham 2, 3 filhos, iam casando e o último ficava sempre em casa e arranjava filhos, aquilo chegava a ser uma casa de 5, 6 pessoas cada casa e agora é 1 e 2 e fracos, com 80 e tal, 90. Sim há aqui umas pessoinhas com 90 anos, aqui mesmo perto da gente há uma pessoa acamada que tem 94 anos. Enfim, é assim a vida.”</p> <p>“Pois os rendimentos que eu tinha, mais a minha mãe e as minhas famílias, ou seja, o meu pai, era do moinho, era do trigo, o que o meu pai ganhava, chamava-se uma maquia, era uma coisa assim feita num quadrozinho, uma caixinha sem tampa, vamos lá, e depois ia-se além à vasilha que o freguês tinha trazido do trigo e tirava-se dois ou três maquiazinhas daquelas e juntava-se além, ia-se enchendo uma saca, depois tinha que dar a conta aos patrões.”</p> <p>“Hoje em dia vivemos da reforma, tínhamos outros rendimentos, mas como sabe agora não, aqui há três anos houve esta queima e ficámos sem nada desta vida, este incêndio mexeu muito connosco, agente vai a uma terra e só vê cadáveres, não temos nada para deixar à minha filha e às minhas netas, agente já não trabalha para nós. Mas agora já vai havendo um medronho, mas agente tem uma certa idade, já não temos idade para ir aí para esses matos, para essas ladeiras e apanhar medronhos. As terras dela têm qualquer coisa disso, mas agente não vai apanhar. Uma azeitonita se houver, quando há agente vai, o ano passado não, mas há dois anos pusemos ali umas 40 e tal oliveiras, olhe já tem azeitonas, este ano já têm para arranjar um azeitinho, para arranjar consumo.”</p> <p>“Gosto mais de estar aqui, estamos mais à vontade (...).”</p> <p>“ (...) isto tem acabado muito, está muito desabitado. E depois porque à anos atrás veio essa coisa dos estrangeiros comprarem fazendas para fazerem moradias e morarem por exemplo enquanto o Verão, mas isso acabou, isso raramente há um que compra aqui qualquer coisa e aqui na Serra houve ai muitos montes que fizeram prédios que muitos estrangeiros compraram, agora não está lá ninguém. Muitos montes ai em volta que eu conheço têm só para aí um morador ou dois. Em baixo há um monte que é Cissões, tem um morador sozinho, moravam lá antes talvez mais de 60 pessoas.</p>	
	<p>“ (...) nasci no sítio dos Parises e depois optei por ficar a residir na Cabeça do Velho, lugar onde construí casa e onde moro (...).”</p> <p>“Sempre gostei de morar aqui, o sítio é muito calmo e achei que seria o ideal para morar e mais tarde constituir família. A minha filha tem 4 anos e adora cá viver, para além de poder brincar e crescer num sítio onde se pode respirar ar puro, tem bastante espaço e pode contactar com a natureza e tudo o que a rodeia. Atualmente o que não tem são muitas crianças para brincar, pois é a única criança residente. Ao fim de semana é que pode brincar com as outras crianças, que apesar de não morarem cá, vêm visitar a família e acabam por se juntar para</p>	E2

		<p>brincar um pouco.”</p> <p>“ (...) pessoas com mais idade que cá vivem, muitas delas sozinhas em sítios ainda mais isolados, do que onde moro, onde apenas lá chega o pão e o peixe uma vez por semana, ou quando se deslocam à vila mais próxima de autocarro, certamente terás estórias de vida muito diferentes e as quais passaram muitos sacrifícios para sobreviver, e atualmente, se não fossem as reformas que recebem, não teriam meio de subsistência. O que tinham, que lhes podia trazer mais algum rendimento, atualmente já não traz e nem as gerações vindouras podem, a curto prazo ter rendimentos, estou a falar da extração da cortiça por exemplo, com o incêndio de à dois anos, tudo ficou destruído...”</p> <p>“Infelizmente, a Serra está cada vez mais desertificada, e a população é muito idosa, o que significa que, se alguns jovens não se fixarem cá, como fiz e cá criarem os seus filhos, um dia mais tarde, vai estar cada vez com menos habitantes.”</p>	
		<p>“Pois eu não tive nada no Algarve, nenhum dia, não houve ninguém que me deixasse nada no Algarve, só me deixaram aqui.”</p> <p>“Sempre vivi na Serra, sempre, e agora veio o fogo e levou tudo, também não tenho nada. Não tenho eu, nem os mais novos, não temos nada, nem uma azeitona, nem uma alfarroba, nem um pedaço de cortiça nem nada, ficou tudo queimado.”</p> <p>“ (...) eu gosto de viver aqui, pois é aqui que eu tenho alguma coisa, é aqui que tenho alguma coisa para onde olhe e noutro lado não tenho nada, não me mete cobiça estar lá.”</p> <p>“ (...) tínhamos a cortiça, todos os anos saia uma cortiça, mas agora acabou-se tudo, nem para mim nem para os meus netos. Essa é que é essa.”</p> <p>“E ganhei muito dinheiro, trabalhei muito, ele levava daqui uma carrinha cheia. Hoje se viesse aqui não tinha nenhuma, está tudo coxo.”</p> <p>“Não vejo mais que eu não saio daqui, eu desde que veio o fogo, há 3 anos que veio o fogo nunca mais sai daqui sem ser com a minha filha. Adoeci nessa altura e aquele fogo é que foi a minha doença. (...) depois o regresso foi no outro dia que não se viu nada, só se via troncos negros, e as sobreiras têm-se partido todas, agente uns tinham mais e outros tinham menos, todos os anos tirava-se uma corticinha, umas vezes era 200 arrobas, outras vezes era 150, outras vezes era 300, era conforme, e era conforme a pessoa tinha, e agora nada.”</p> <p>“Pois era dos rendimentos é que agente vivia. Não tínhamos pensões, não tínhamos nada, e era disso é que agente vivia.”</p> <p>“Isto aqui é quase tudo velhos, o que há aqui é quase tudo velhos (...).”</p> <p>“Pois isto agora como isto está, não tem valor nenhum, está tudo queimado, não há cortiça, não há nada, só há para aí um medronhito, apanha quem apanha, quem vai lá onde eles estão e por isso o futuro da serra têm que se ir embora, que aqui</p>	E3

		<p>não há nada. Aqui não têm futuro nenhum, esses ricos do Algarve, que não sabem o que é que têm, fazer aqui uma casa para convivência, para dar trabalho aos que não têm, que aqui não há trabalho nenhum, aqui não há nada, é por isso que eles se vão embora. (...) Porque aqui não ganham nada, aqui não têm futuro nenhum. Nem para plantar, um sobreiro é preciso 20 anos e é preciso que ele tenha boa criação para dar cortiça, e mais nada.”</p> <p>“Viver elas não vêm cá viver, portanto, que ainda houve aí casas velhas aí para vender, e uns estrangeiros andavam aí que compravam e no fim não compraram nada. Por isso para aqui ninguém vem, para aqui pra Serra ninguém quer vir (...).”</p>	
		<p>“Eu nasci lá, nasci nos Parises, e pronto, então era normal. Era normal eu ficar com os meus pais e estar lá.”</p> <p>“ (...) eu tive uma infância muito feliz, eu gosto de tudo. Olha, gosto do cheiro a Outono, das folhas molhadas agora, folhas apodrecidas têm um cheiro especial que cheira mesmo a Outono, gosto do cheiro do medronheiro florido que faz lembrar o mel, e é de lá que as abelhas também se alimentam, gosto das ervas, dos cogumelos, do verde das árvores, tudo. A parte boa da Serra é exatamente aquela parte que não está ali ao pé, é a floresta, é quando agente pode ir pelo silêncio, o canto dos pássaros, agora não há muitos pássaros mas pronto.”</p> <p>“ (...) eu acho que a parte boa, a parte em que as pessoas eram muito solidárias umas com as outras, em que havia aquele espírito comunitário, morreu completamente.”</p> <p>“Algumas pessoas ainda trabalham no campo, algumas trabalham mais que outras, já é longe, bom no sítio agora até já semeiam aqueles quintais à volta de casa, com a água e tal, mas para uma pessoa sozinha com mais de 80 anos não é fácil, já não é fácil estar a ir para longe, semear, colher, porque dá tudo muito trabalho e não está lá ninguém novo, os que ainda ficaram lá a morar vêm para São Brás trabalhar ou para outro sítio, não está lá ninguém que se dedique mesmo aquilo.”</p> <p>“Nós, é assim, para além das coisas que semeávamos e colhíamos, o meu pai comprava cortiça e tínhamos a nossa cortiça que se vendia no final do...pronto as pessoas fazem uma gestão desses recursos, fizeram sempre uma gestão dos recursos de forma a que todos os anos tirassem um bocado. Portanto, não havia anos em que não houvesse, tiravam agora duma terra, depois no ano que vem tiravam doutra e depois ao fim de 9 anos voltavam outra vez a tirar de outra e havia cortiça sempre.”</p> <p>“Eu acho que aquilo vai acabar por ser igual, talvez não tanto porque, ia dizer-te igual a uma aldeia completamente desabitada em Pêro de Amigos, mas talvez nem tanto, ou pelo menos não tão cedo. Mas eu gostava realmente, que as pessoas, que pudesse haver lá pessoas, turistas talvez que fossem para lá viver,</p>	E4

		<p>mas era preciso que fossem pessoas que gostassem mesmo porque há pessoas, como é que eu me explico? Há pessoas que têm tentado ir viver para lá, mas as pessoas querem ir viver para lá e não querem, por exemplo, não querem moscas, não querem o cheiro de porco, não querem ver animais à solta, isto não é o espírito, isto não é o que eu queria. Eu gostava de pessoas que gostassem realmente de caminhar por lá, gostassem da natureza, gostassem de andar por lá, que dinamizassem aquilo, que ficasse alegre, bem disposto, assim mais essa parte. Os Parises também tem uma coisa que quanto a mim, que dificulta um bocado, é que não tem nenhuma privacidade, aquilo é tudo muito dividido, é tudo muito pequenino, mesmo que as pessoas agora queiram comprar para fazer lá uma casita, as pessoas gostam de ter alguma privacidade, faz parte das normas dos nossos tempos, na altura não. Na altura as pessoas gostavam era de estar juntas porque assim protegiam-se mais, e agora não. Além de que não há água, essa é a parte que me choca mais, não há água nenhuma na Serra, em nenhuma bica há água própria para beber.”</p>	
		<p>“Estar ao pé da lareira e cheirar a fumo, ouvir a chuva no telhado com telhas de vidro, para viverem na Serra é para viver como os que lá vivem.”</p>	NC
Turistas		<p>“ (...) costumam vir muitos, isso vêm muitos, mas andam aí na estrada para lá e para cá.”</p> <p>“Eles não param para conversar com agente, mas agente também não os entende. Eles às vezes também procuram, fazem perguntas, quer dizer, onde é o Javali, ou o Castelão, as Lages, ou Monte Capitães, e às vezes também perguntam isso, isto os estrangeiros. O português sabe tudo por aqui, conhece a Serra e a parte do algarve, o Algarve é aqui também mas pronto, já o estrangeiro às vezes com o mapa perguntam agente onde é que vai para a Feiteira, mas olhe este ano nem por isso.. mas turistas para caminhadas vêm dali de São Brás, na camionete de São Brás às vezes vem um grande grupo, deixa-nos aqui, deixam-nos além e depois fica combinado e vão apanhar o transporte, fazem umas caminhadas, há aí aqueles percursos pedestres nas estradas que é para eles se guiarem, aquilo tem ali um mapazinho e eles com aquela guia passam aí pela Fonte, pelo corgo, passa aí para aquele lado do Barranco de Figueira, e outros vêm dalém e passam por aqui e por ali, passando pelos caminhos que agente usava antigamente, íamos à fonte aí na Cabeça no Velho que raramente agora aí passo, mas olhe a Câmara preocupa-se com isso e com aquelas motoretas limpam o caminho e eles transitam por ali assim.”</p> <p>“Há aí uma coisa que já têm morrido muitos estrangeiros, têm-nos matado, têm roubado, e isso é uma coisa que deve fazer muito mal para outros que gostavam de cá vir, ouvem dizer e deve fazer muito mal para os que gostavam de vir cá. Aqui há bons ares e eles até gostariam mas a insegurança é que os afasta.”</p>	E1
		<p>“Turismo na serra poderia ter desenvolvimento, se as casas de habitação que não</p>	E2

		<p>estão em uso, fossem restauradas e alugadas para turistas, podíamos ter exploração de alojamento local, por um lado atraía turista e desenvolvia mais a serra.”</p> <p>“Os percursos pedestres e passeis turísticos, cada vez mais atraem turistas à serra, não pelas paisagens que já não são o que eram, mas que aos poucos vão recuperando, mas pelo ar puro que se pode respirar e a natureza que se pode observar e explorar.”</p> <p>“A Natureza, o ar puro que se pode respirar, e a gastronomia também é muito rica, com produtos da região, sem químicos, biológicos.”</p> <p>“Subam à serra e descubram o que ela tem de melhor para vos oferecer, experimentem as caminhadas, ou os circuitos de BTT, observem a natureza e ao mesmo tempo aproveitem para descontrair do stress do dia-a-dia e aproveitar um dia em família, as crianças adoram, e os mais crescidos também. Provem o que a gastronomia da região de melhor tem, um bom galo caseiro, uma boa perdiz, coelho ou javali, sem esquecer a boa linguiça e o presunto caseiros. A serra precisa da sua visita para se desenvolver. Plantar árvores ou ajudar na limpeza de matas, seriam atividades para ajudar na reabilitação da nossa serra, todos juntos por uma serra mais verde e limpa.”</p>	
		<p>“O turismo pois eles para aí passam (...).”</p> <p>“Eles passam aí por essa estrada fora, eles têm o tour, fazem a volta bem lá embaixo e vieram aí pelo corgo acima.”</p> <p>“Costumo falar com eles, vão aí pessoas conhecidas, quando vêm de São Brás. Os estrangeiros pois ninguém os percebe, alguns tentam falar com agente, mas outros não, passam e não ligam. Pois agente também não sabe estrangeiro.”</p> <p>“Andam aí por veredas, mas agora já é quase tudo em estradas.”</p> <p>“ (...) pois quem quer vir passear vem, pois eles andam aí passeando sem pagar. Agora, que apelo faço eu para virem para aqui? Pois eles não querem vir, pois eles não têm nada o que comer aqui, agente não tem nada de comer, senão aquilo que compra, e algum dia agente tinha batatas com fartura, tinha feijão com fartura, tinha tudo com fartura, vinha uma pessoa a casa e vá uma cozinha com batatas, maioria das vezes era uma arroba de batatas que agente usava, mas não fazia contas nada a isso, convidávamos as pessoas mas agora não temos nada para lhe dar. Eu cá, batatas têm que me as dar, para eu não as comprar. Pois só o que eu compro é o pão. Já ninguém tem fruta, só uvas, uvas ainda há, fazem vinho. Mas as outras frutas, as pereiras secaram-se, e agora só compram, já não podem dar uns aos outros. Agora quem quer comer tem de comprar. E é assim.”</p>	E3
		<p>“ (...) turismo lento, eu gostei, acho que sim, turismos para pessoas que gostassem realmente daquela paz de espírito que agente consegue lá, daquele não stresse, que gostassem daqueles cheiros, daquelas cores, daquilo, não que fossem para lá para mudar as coisas, não era, alguma coisa tinha que ser mudada mas</p>	E4

		<p>pronto, não transformar aquilo à maneira deles. Eu queria que fosse um turismo que as pessoas é que se habituassem, se adaptassem ao que é nosso, aquilo que ao fim ao cabo é o nosso património, o património verde, um património, sei lá, cultural também, e umas estórias boas. Outra coisa para mim não faz muito sentido, porque acaba por ser igual aqui não é? Um turismo rural que seja mais citadino que rural não se enquadra lá muito bem.”</p> <p>“ (...) no fim de semana, os únicos turistas, o único turismo que eu vejo lá, se é isto que se pode chamar, são moto quatro, são moto quatro em filas com um barulho endurecedor, são filas de jipes por todos os sítios, ou então autocarros de gente que chega para ver qualquer coisa, que parte logo a seguir (...).”</p> <p>“ (...) eu gostava que eles gostassem das paisagens e de se sentir bem, de se sentirem ligados à natureza, que sentissem que valia apenas preservar aquelas espécies e as coisas como estão, e dar vida, mas uma vida natural à Serra, era o que eu gostava, mas eu não sei, não falei com ninguém nunca.”</p> <p>“ (...) um dia destes a apanhar azeitonas é melhor do que uma manhã no psicólogo. Muito melhor, mas muito melhor, tu deixas todos os problemas, todas as coisas parecem assim muito distantes, apanhar azeitonas é uma coisa que agente faz, descontraí. Quem diz apanhar azeitonas, diz outras coisas, agente esquece-se que existe esta confusão toda diária, é verdade, vêm-se revigorada. Ok que as pessoas vão fazer turismo, que vão ajudar os velhotes lá a fazer coisas, olha, vão fazer turismo a ajudar a apanhar medronhos, vão fazer turismo para ajudar a apanhar outra coisa qualquer, é uma maneira de passar um dia diferente, uma maneira de fazer turismo diferente. Mas tinham que ser turistas muito especiais, devem haver pessoas que gostam desse tipo de coisas, não é bem voluntariado, é eles irem passear e entretanto ajudavam a fazer uma tarefa e envolviam-se com os residentes.”</p>	
Passagem do tempo		<p>“O que tem mudado por aqui é a tal rapaziada nova que não quer cá ficar, querem ser empregados e abalam daqui à busca de uma vida melhor que na Serra. Quem vive por aqui, agora também já se vive bem, não se vive mal, mas já se sabe, é diferente de São Brás e é diferente de Faro. É muito diferente morar e viver aqui na Serra, mas eu como nasci montanheiro também gosto mais da Serra que nem de morar em São Brás (...).”</p>	E1
		<p>“Olhe as mudanças aqui, não mudou nada se não o fogo é que mudou tudo. O fogo é que mudou tudo! “</p>	E3
		<p>“Muita coisa mudou, para já não mora lá quase ninguém, toda agente foi embora, depois uma vez que só estão lá os velhotes, quando se, por exemplo hoje, apanhar as azeitonas, antes toda agente ia ajudar os outros a apanhar as azeitonas, agora as pessoas vão no fim de semana, à pressa, a apanhar o mais depressa que puderem que é para vir depressa a correr, porque no outro dia têm de arranjar as coisas para ir para o trabalho. A matação do porco é a mesma coisa, já não se convida aquela</p>	E4

		<p>carrada de gente que se convidava antes, não é uma festa, é uma coisa que agente tem que fazer, já não veem os vizinhos do outro lado e não sei quê, tomara não nos chatearem, tomara eles que agente não diga nada, porque também têm as coisas deles para fazer.”</p> <p>“ (...) a Serra não tem nada a ver com essa parte, o que por um lado é bom, pronto, as pessoas vivem melhor, têm um grau, uma qualidade de vida muito melhor. Ainda hoje estávamos a falar isso, eu e o meu pai, porque é que antes havia tanto tempo, as pessoas tinham tempo para fazer tudo, e agora não temos tempo para fazer nada. E ele dizia, as pessoas aproveitavam melhor o tempo, trabalhavam muito mais que agora, não tem nada a ver, as pessoas levantavam-se secalhar às 4 da manhã e deitavam-se às 8 com as galinhas, porque também não havia luz e estar lá com uma lamparina, e aproveitavam muito mais o tempo. E faziam só aquilo, e não vinham a São Brás tantas vezes, não perdiam tempo com mais coisa nenhuma para além do trabalho, era uma vida só de trabalho. Agora não, as pessoas têm outra qualidade de vida, as pessoas já vêm a São Brás, as pessoas vão passear, as pessoas vêm televisão, as pessoas podem estar à lareira, têm frigorífico, têm fogão, têm uma outra qualidade de vida.”</p>	
Estórias (Storytelling)		<p>“São Brás tinha muitos moinhos, quando havia a grande agricultura por toda a parte, havia as máquinas para debulhar. Antes de haver as máquinas para debulhar havia uma grande coisa que se chamava a eira, em terra, havia o tal rebanhito, o tal rebanho de cabras e havia o dono das cabras e esse homem era chamado para levar esse rebanho para ir lá aquela eira para fazer elas apeguñarem todas ao mesmo tempo, tudo em volta redonda com um barro e de vez em quando deitava-se uma palha juntamente, para aquilo fazer um conjolo em que na altura em que se deitava para lá o trigo, em morder a palha e para o gado debulhar aquilo. Que era para aquilo ficar como está aqui, se não era só pedras, ficar lisinho, as cabras é que faziam aquilo.</p> <p>Além no moinho de vento uma vez, é que aconteceu uma coisa além, ainda era tempo do meu pai, eu vou contar esta, isto não tem assim muita graça mas foi verdade que se passou. Tínhamos os moinhos armados com as velas, e eu era muito criança, tinha 12 anos, e o meu pai andava moendo com os dois moinhos, e eu punha-me além. Aquilo tinha uma tolda onde se punha o grão aqui para dentro, e então aquilo tinha ali um gatilhozinho qualquer que quando o grão se acabava ali dentro, truz, aquilo caia para cima da mó e dava alarme, era um chocalhinho qualquer. E o meu pai ouvia aquilo e depois ia deitar novamente o trigo para ali. Estávamos ali na rua e aquilo o moinho parou, todos os dois pararam, não havia vento nenhum. Chega um senhor ali dum monte que está ali daquele lado que é o Castelão, e diz ele assim: Sabe quantas vezes eu me descí no corgo aí em baixo? Vinha a cavalo num burrinho e duas vezes me deitou o chapéu fora que vinha por aí a fora. E o meu pai: o quê? E nós os dois ficámos pensativos, o meu pai ainda</p>	E1

mais, que era ele quem conhecia do artigo, então o que é se passa aí? Perguntei eu e ele respondeu: Oh Zé vai lá além depressa, ata lá além o moinho com uma corda e ata às estacas, que é um pau, aquilo chama-se uma amarra. Então ato eu num instante, o meu pai vai ao outro moinho e faz o mesmo também. Então não é que para aí ao fim dum quarto de hora ou coisa parecida o vento estava ali? O tal vento que havia aí no corgo que o homem diz que tinha deitado o chapéu fora. Estava ali no moinho e ainda se moeu mais sei lá, quase meio dia, começaram depois a andar à volta quando o vento veio, agente tirou dali a amarra, tirámos dali aquela corda e os moinhos começaram outra vez a andar à roda e tornaram a moer. Isto é uma coisa muito importante, que parece ser mentira mas passou-se mesmo, eu conheci, passou-se comigo. Eu era muito novo nessa altura, tinha 12 anos, quando o meu pai morreu tinha eu 13 anos.

As dificuldades de trabalhar no moinho era que quando o vento fosse muito forte, tocava a partir o moinho, partia as varas, rasgava as roupas que era as velas, rasgava aquilo se não fosse cuidado, se o moleiro não conhecesse que o vento estava a crescer, nessa altura aquilo partia-se. Tanta vez que se partia, partiu comigo e partiu com o meu pai, que o vento não avisa, não diz nada, é preciso agente saber mais ou menos o que é que está fazendo. Nem sempre isso acontecia, às vezes moia-se um dia inteiro, uma semana inteira, vários dias em que não havida nada de azares. E havia outros momentos em que aparecia, não vê aí como a maré do mar, de repente arrebenta aquelas ondas e leva tudo, casas, carros.

Naqueles tempos os moinhos trabalhavam por temporadas. Na temporada do Verão era o moinho de vento e na temporada de Inverno era o moinho de água na ribeira. O mesmo moleiro trabalhava num moinho de vento, às vezes se havia possibilidade trabalhava no outro de água também. Gostava mais de trabalhar em cada altura do ano de acordo com as temporadas, porque no moinho de vento no Inverno não dá, porque chove, aquilo não pode moer quando chove, faz trovões e temporais. Já o moinho de água não importa, faça trovões ou não, só se a ribeira encher demasiado que depois entra lá dentro do moinho, da casa.

Às vezes também apareciam tantos ratinhos, mas havia sempre um gatinho que devorava os ratos. Noutros lugares não havia gatos. Aí onde eu tive neste moinho, que se chama o Moinha da Renda, e o outro aqui deste lado que é o Moinho de Fronteira, tive nesses dois, olhe em lado nenhum desses tive gato nenhum. Ele o moleiro mais ou menos nunca o comeram que ele ainda está aqui.

Também posso dizer que os moinhos de vento haviam dois, era um indicado para moer o trigo e para moer o milho que era para se comer as tais papas, e havia um outro que era para moer a aveia e a cevada que era para dar a ração aos animais. Um tinha mozes que se chamava o nome de mozes pretas e a outra tinha mozes brancas, por isso é que era o moinho preto e o moinho branco.

		<p>“A minha filha ainda não tinha 2 meses e foi para a aceifa. Punha-a ao pé duma rocha ali com um chapéu de sol, quando chorrasse tinha uma chupa, uma chupa de açúcar. Pois algum dia não haviam chupas como é agora, algum dia fazia-se uma chupa com um trapo com açúcar e os gaiatos chupavam ali, era doce e estavam entretidos. Mas eu tinha o meu filho que tinha 5 anos e ficava ao pé dela, agente também andava ali ao pé e se viesse algum bicho, alguma cobra estava lá o moço. “</p> <p>“ (...) eu tinha aí um macho que ia aí a todo o lado, possuía aí um macho que era o macho mais forte que estava aí na Serra, era o meu. As bestas gordas e bem tratadas era um orgulho. Quando eu vim para aqui tinha aqui um burro, até ele mordía, mordía o gajo, jogava-se agente, e um dia desapareci com ele. Comprámos um macho com 3 anos, fez-se um macho muito forte, as bestas não tinham nome, era burro e macho e burra. E pronto era assim. Agora as vacas é que tinham nome, as vacas é que uma era Briosa, outra era, agora lembrei-me até dum moço que estava e está, que ele trabalha na Câmara, e foi muito má de falar com o r, tinha uma vaca que era a Briosa e fazia ele assim: Anda cá Biosa aí! Olha eu morria com rir quando eu o ouvia gritar, anda cá Biosa aí, mas já era grande, foi má de ele pegar no r. E pronto, e outra era Bonita e era assim. Os cães também todos tinham nome, eu nunca tive assim estórias com animais, mas eu tive aí um cão que era, não me lembrava o nome dele, já ele morreu, morreu de velho, e eu não quis mais nenhum. Parece-me que ele era Boneco, mas é que agente punha-lhe um nome e depois ele entendia pelo nome que agente lhe punha. E o gado o mesmo, agente punha Bonita a uma vaca, gritava-lhe daqui mesmo que ela tivesse longe: Anda cá Bonita aí! E ela voltava, e outras eram Briosas, e outras eram Figueiras, cada um punha o nome que lhe apetecia. Pois e é assim.”</p> <p>“Pois eles garreavam, vida deles era garrear, e a maior parte das vezes por nada. Aqui em baixo estava um homem, que é o pai desse que está aí, que era só ver um vizinho que morava além na Portela, era só o avistar, deixava a besta que trazia e ia-se jogar a ele, é verdade. E quem mais forte é mais dá.”</p> <p>“Falando em poços agente ia lá buscar água nas bestas, tínhamos um poço ali abaixo que era a fonte. Tínhamos que ir buscar água nas bestas e de maneira que íamos buscar as cargas, com dois cântaros e cangalhas, cangalhas de ferro, e eram de madeira também. Quem não tinha de ferro, tinha de madeira, e íamos buscar as cargas. Ai chegou a pontos que eu tinha para aí os pocilgos cheios de porcos, e a água era pouca, e eu tinha que ir buscá-la num macho aonde ela houvesse, as fontes por aí, ai era uma trabalhadeira, pois nesse tempo é que agente trabalhava, agora não.</p>	E3
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

		<p>A eletricidade não havia, tínhamos candeeiro, e tínhamos o fogo, gente não encontrava a eletricidade de menos, agora ou paga-se a eletricidade ou acende-se o candeeiro que só deita é fumo, e aquilo não dá luz nenhuma, já nem eu tenho candeeiros nenhuns (...).”</p>	
		<p>“Olha uma vez tínhamos uma horta lá quando se ia para a ribeira, e eu, as outras pessoas andavam todas ocupadas a ceifar e não tinham tempo de ir regar, mas eu tinha e ia todos os dias. Então o meu milho era o milho melhor que havia lá naquela horta, era umas coisas assim deste tamanho, toda agente estava encantada naquele milho. Uma noite, foram lá os javalis, olha, foram por a partilha, comeram tudo, só o meu, nem um bocadinho dos outros, agora o meu não deixaram nadinha, comeram tudo. Era, os trabalhos no campo é assim, têm estas coisas maravilhosas.”</p> <p>“A minha tia um dia, conseguiu fazer o maior divertimento daquela Serra, que eu me lembre, pelo menos para mim. Olha, levou um cão que agente também nunca tinha visto que era um caniche, todo preto com o cabelo encaracolado, que se chamava o Vitórrr, o Vítor foi aos Parises, ora, mas o Vítor não era daquele meio, a meio lá da rua viu uma ovelha, nem o Vítor tinha vista uma ovelha, nem a ovelha tinha visto um cão daqueles nunca na vida. E foi um desastre, a ovelha começa a correr, o Vítor atrás dela e só se ouvia a tarde inteira, por montes e vales e a ovelha e o cão. Bom foi assim, a ovelha esteve dois dias sem vir a casa, o Vítor voltou à noite, mas não era o Vítor, era o monstro das bolachas, olha, tinha aqueles caraculos, era carapinhas de esteva, tojos, tinha assim uma coisa, era tojos, carapinhas de esteva, era tudo o que ele encontrou, era uma bola. A minha tia levou uma semana com o Vítor dentro da banheira, a tirar-lhe, a penteá-lo e o Vítor nunca mais foi passear aos Parises, até ao fim da vida dele nunca mais lá foi, vê o divertimento...”</p> <p>“Um dia aconteceu-me uma coisa muito gira, não teve muita graça na altura, mas agora tem. Eu ia regar a minha horta, entretanto o meu pai tinha ido com um burro buscar a outro sítio aveia, mas era mais longe, portanto eu ficava antes. E eu descí e embreei-me lá por aquela floresta, e a meio do caminho comecei a ouvir ai, ai, ui, ai, ui. E eu mas que raio se passa aqui, mas agora vou-me virar, o meu pai já nem sabia onde ele estava, vou-me virar? Não pois eu tenho isto para fazer, lá fui andando, quanto mais eu me aproximava do tanque da água, mais eu ouvia aquilo. Então o que é que tinha acontecido? Um senhor tinha caído de cima do burro, e tinha caído com a cabeça no chão e estava todo descascado. Então eu perguntei-lhe se ele estava bem, tinha uma grande ferida na cabeça aqui mas então o que é que fiz? Lavei, ele tinha um lenço, dei-lhe com a água fresca, pus-</p>	E4

		<p>lhe ali e todos os homens do campo usavam no chapéu preto uma teia de aranha dentro da fita do chapéu, por precaução, todos. Ninguém andava lá no campo sem essa caixinha de primeiros socorros. Se tu puseres uma teia de aranha em cima duma ferida, o sangue deixa de correr, pronto. E então lá lhe tirei eu a teia de aranha, pus ali naquilo, o homem estava muito branco, mas eu encostei-o assim com a cabeça para cima, deitei-lhe água e disse: bem agora espere aí um bocadinho que eu vou acabar de regar, porque já estou aqui e é muito longe de casa, e depois eu já venho e já vamos para casa. E fui, e abri o tanque, e quando reguei duas coisas só pensava, então e se o homem se sente mal e morre? E eu com o meu, porque é que eu não vou levar o homem a casa e já venho? Estou a ser mesmo muito egoísta, então e se quando eu for, o homem...bom, a minha consciência estava a dar-me cabo da cabeça e então voltei a tapar o tanque que não era uma coisa fácil, porque o tanque estava cheio e a água...mas pronto. Voltei a tapar o tanque e quando voltei lá, o homem estava semi adormecido, mas pronto, e depois acordou e a coisa correu bem. Então e para eu o pôr em cima do burro? Ai tu não estás a ver, foi um filme muito grande, mas consegui, o homem não ia sentado mas ia tipo um saco de batatas, com a cabeça para um lado e os pés para o outro. E foi assim que eu o trouxe para casa, depois o homem ficou dois dias de cama, lá em casa trataram-no melhor e pronto, e aquilo passou, não houve nenhum problema.”</p> <p>“Outro dia, fui eu buscar água ao poço, com o burro e dois cântaros de barro, e a minha mãe disse-me: tu não vás a cavalo no burro porque tu podes cair, porque o caminho está muito ruim. Eu para lá não fui, fiz o que ela mandou, mas depois lá no poço, aquilo estava mesmo apetecendo, olha, o burro, o lombo do burro ficava mesmo a par da parede do poço, então como é que eu não ia pular ali para cima a ver aquilo? Pulei, a meio do caminho é claro que o caminho estava ruim e o burro caiu mesmo dentro do buraco comigo e os cântaros e tudo. Bom, então eu puxava o rabo do burro para cima e a cabeça, e não tirava o burro de lá de dentro, não pode ser assim, senão ainda parto os cântaros. Tirei os cântaros, para não os partir levei-os para longe, nada mas nem assim o burro se tirava, tirei a albarda e as cangalhas e aquela coisa toda, depois do burro já não ter nada em cima e de eu fazer uma grande força, lá consegui que o burro se levantasse, pronto. Eu consegui levantá-lo e depois? Não chegava para pôr a albarda no burro, então tive de prender o burro a um sobreiro para ele não se ir embora e vir dizer à minha mãe que o burro tinha caído.</p>	
		<p>As pessoas quando encontravam uma peça de roupa ou velas abandonadas numa encruzilhada dizia-se que tinham sido as bruxas que lá as tinham deixado para lançar um bruxedo sobre as pessoas. Quem lhes pegasse ficava com o bruxedo, para o bruxedo passar tinham de se ir benzer e pôr outra roupa noutra sítio para que o feitiço passasse para outra pessoa, por isso o bruxedo nunca para, anda</p>	NC

	<p>sempre de pessoa em pessoa.</p> <p>As cruces brancas nas casas e nos currais dos porcos servem para que as pessoas passem por ali e não olhem, desviem o olhar e não cobicem aquela casa nem aqueles animais. Os animais eram mais importantes que as pessoas.</p> <p>Havia uma Sra. que ia sozinha a pé para a escola através daqueles montes. Tinha apenas 7 anos, o caminho levava duas horas a percorrer, encontrava crianças de outros montes que se iam juntando ao grupo. No Inverno, quando os dias eram mais pequenos, não tinham sol para chegarem a casa e ficavam a dormir em montes, onde as pessoas lhe davam guarida.</p> <p>As pessoas da Serra são pequeninas e antigamente tinham de levar todos os materiais para a construção da casa a pé ou no burro, e o que lhes interessava era ter um teto, não precisavam de casas altas.</p> <p>Diziam às crianças que nas eiras haviam moedas de ouro da época dos Reis. Elas iam lá à procura e às vezes encontravam bocadinhos de barro e ficavam todas contentes.</p> <p>Os da Serra vinham ao Barrocal buscar folhas de figueiras ao Barrocal que levavam para alimentar as vacas no Inverno. E os peixeiros de Olhão levavam peixe às costas para a Serra e trocavam por toucinho e batatas, porque no Inverno havia muita fome em Olhão e como eles não semeavam tinham de ir buscar à Serra.</p> <p>Quem tinha o livro de São Cipriano diziam que era bruxo. Mas quem tinha qualquer livro, tinha grandes probabilidades de ser bruxo, isto porque a sabedoria dos livros assustavam as outras pessoas, pois sabiam muito mais que os outros todos.</p> <p>Normalmente as pessoas morriam de raios de trovoada que os atingia, ou caíam do burro, mas sempre porque o animal se assustava e caíam.</p> <p>Existem muitos calvários que são onde as pessoas morriam e colocavam lá umas cruces.</p> <p>Para estancar o sangue antigamente usavam: rolinho de teia de aranha, algodão raspado com canivete do chapéu de feltro, casca de fava seca e pimentão de cor que formava uma massa em cima da ferida.</p> <p>Para as constipações e garganta rouca as pessoas usavam: chá de salava, de brasas, de cebola, de farelos.</p> <p>Para os abcessos dos dentes, para inchaços no corpo com pús usavam: papas de linhaça e as próprias fezes das pessoas.</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

## Apêndice 5 - Resumos das entrevistas com os residentes

### Modos de vida dos Residentes

#### Alimentação

##### *Passado*

As pessoas alimentavam-se de acordo com os produtos que havia na época, cozinhavam pratos tradicionais, como cozinhas de batatas (batatas guisadas com tomate, ovos e sopas de pão), jantares ou cozidos de grão e feijão, papas (que se comiam com água mel, leite, mel, com chouriço, com pão torrado - carochinhas, papas sozinhas), favas, porco com repolho e açorda.

Muitas vezes preparavam a alimentação para o dia antes de ir trabalhar para o campo, por exemplo na altura da “aceifa”.

Iam de São Brás a pé vender peixe salgado, “sarnento”, como modo de conservação (peixe espada, carapau negrão, sardinhas), em duas canastras ou então iam num burro vender o peixe com umas “zangarilhas”. As pessoas comiam poucas vezes peixe, e em pouca quantidade.

Coziam pão caseiro nos fornos de lenha com a farinha de trigo moída nos moinhos, conforme as necessidades de cada família.

Comiam as frutas e legumes que tinham cultivado nas suas hortas.

Criavam os animais (vacas, cabras, ovelhas, porcos, galinhas) que lhes forneciam ovos, leite e a carne.

Engordavam os porcos com lêndas para depois os matarem para comerem. As matanças de porco eram altura de festa para reunir a família e amigos. Com a carne do porco faziam chouriças, fritavam os lombos e costeleta na banha que depois guardavam em banha, os presuntos, a carne dos ossos e o toucinho guardavam-se na salgadeira para terem carne para comer durante todo o ano.

### ***Presente***

Hoje em dia as pessoas referem que o uso do frigorífico, das arcas veio mudar muito a alimentação e os modos de conservação dos alimentos, pois podem comprar e consumir mais tarde.

Comem peixe (pescada, bogas, carapaus, cavalas) mais vezes pois vai o peixeiro vender à Serra ou compram em São Brás.

Ainda matam porcos mas já não se junta tantas pessoas como antigamente, a carne é guardada em arcas. No entanto quando precisam de carne também vão ao talho a São Brás.

O cultivo de legumes e a criação de animais deixou de ser a única forma de subsistência na Serra, contudo quem pode continua a fazê-lo pois assim sabem o que estão a comer.

Os entrevistados referem as novas invenções da atualidade como é o caso dos iogurtes, que antigamente não existiam.

### **Vestuário**

#### ***Passado***

A roupa que usavam era para o trabalho do dia-a-dia. Quando a roupa se rasgava, coziam-se remendos de chapa e assim reaproveitava-se a roupa. Apenas tinham roupas novas para ocasiões especiais, como o Natal, Páscoa, algum evento especial como um baile...

A roupa era lavada à mão nas ribeiras que existiam nos corgos (barrancos), ou nas pedras das tapadas e dos tanques (hortas). Cada pessoa ia quando tinha vagar, levavam a roupa às costas ou na cabeça, ou então num burro em canastras. As roupas maiores como mantas, lençóis ou tapetes eram lavadas na ribeira, aproveitavam a altura do Verão para fazerem esta limpeza de fundo, faziam uma “barrela” (água a ferver com cinzas) e punham as mantas num tacho com água a ferver e depois passavam por água na ribeira. Para secar a roupa estendiam-na em cima de alecrim selvagem que havia na ribeira.

Aproveitavam para se lavarem e tomar banho quando iam às ribeiras lavar a roupa.

Mais tarde começaram a fazer sabão com um pó detergente e juntavam azeite ou banha, colocavam a mistura ao fogo até acoaltar e depois punham numa vasilha.

Referiram que antes havia sempre água nas ribeiras, mas que hoje em dia secam.

### *Presente*

Hoje em dia vestem um pouco melhor.

Têm máquinas de lavar roupa, mas ainda há quem aproveite o bom tempo para lavar a roupa à mão no tanque da casa.

### **Compras**

#### *Passado*

Antigamente referem que tinham tudo o que precisavam para viver, não sentiam necessidade de ir às compras de alimentos, só de roupa.

Quando precisavam de fazer compras que não conseguissem arranjar nas mercearias da Serra iam a São Brás, aos fins de semana.

Iam aos mercados vender animais que criavam.

Foi referido um sistema de senhas, que serviam para comprar meio quilo de açúcar, de arroz...

#### *Presente*

Hoje em dia quando precisam de fazer compras vão às mercearias na Serra ou aos supermercados em São Brás.

Vão carrinhas à Serra vender peixe e pão regularmente.

### **Educação**

Iam à escola primária na Serra (Parises), mas poucos ficavam até ao final do 4º ano, referem alguns momentos caricatos com os professores, desde não gostar da professora, fazer algumas maldades e por isso a professora bater, desde terem de ir dormir perto da escola com as professoras solteiras para lhes fazerem companhia, ou então deixavam de ir à escola por ter de ajudar a cuidar da família.

No entanto as pessoas acabavam por aprender a ler e escrever por sua conta, mesmo que com alguns erros.

Também são feitas referências a aulas dadas nos montes, juntavam-se umas quantas crianças de cada zona e ia uma professora dar aulas numa casa do monte.

Quem quisesse prosseguir nos estudos tinha de vir para São Brás, e iam de táxi ou autocarro, numa época mais recente.

### **Tarefas ligadas à profissão**

Foi referido por um entrevistado o ofício como moleiro, que trabalhou na Cabeça do Velho nos moinhos da Renda, nos moinhos de água na ribeira onde se cruza a Ribeira de Odeleite e a Ribeira de Fronteira e na moagem.

Foram referidos os trabalhos fora da Serra, as senhoras iam à uva e os jovens de 20 anos iam para o Alentejo ceifar, como formas de rendimentos extra.

### **Gado**

Fazia-se criação de animais, desde porcos, galinhas, ovelhas, vacas como modo de subsistência.

Vendiam bezerros por cerca de 15 euros e era com esse dinheiro que se governavam.

Foi feita referência a rebanhos comunitários de cabras e ovelhas nos Parises, cada pessoa tinha as suas cabeças de gado e todos os dias se juntavam no Largo de manhã para juntar o rebanho e à noite para cada um recolher e levar as suas cabeças de gado para casa. Iam à vez pastar o rebanho, faziam uma gestão do número de vezes que cada pessoa tinha de ir conforme o número de cabeças de gado da pessoa.

### **Agricultura**

Tinham hortas onde lavravam, cavavam, semeavam e regavam batatas, tomateiras, griséus (ervilhas), cebolas, alhos, couves, repolho, legumes, feijão e árvores de fruto.

Também foi referido a existência de hortas comunitárias que se situavam nos vales longe das casas. Os bocados de terra eram partilhados e cada um tinha o seu, no entanto para regar apenas era necessário ir uma pessoa de cada vez. O tempo de rega (água vinda dos tanques tapados com uma rolha de cortiça enrolada em serapilheira) para cada

bocadinho era correspondente à área cultivada por cada um. Tudo isto era combinado na Primavera, quem ia, quando ia e qual a quantidade de água para cada bocadinho. Tudo isto tinha de ser muito bem estudado para não haver desperdício de água.

Referem a apanha de azeitonas e medronhos.

Na altura das sementeiras quem se atrasava um pouco era ajudado por quem já tinha terminado primeiro até todos terminarem. Falam da “aceifa” resultante das sementeiras, na qual iam com uma foice, com as vacas e as bestas atrás para acartarem o grão para a eira onde era debulhado, e depois acartava-se o grão para casa.

No entanto trabalhar na “ (...) agricultura não é fácil, trabalhar na agricultura é envelhecer aos 30 anos”, por isso os pais queriam que os filhos tivessem um futuro diferente e melhor.

Hoje em dia as pessoas já não fazem sementeiras pelos campos, apenas tem as hortas perto de casa, mesmo assim dizem que não a quantidade não tem nada a ver com antigamente. Apesar de haver máquinas atualmente que poderia ajudar no cultivo, na Serra não é possível utilizá-las devido aos declives acentuados.

## **Saúde**

### ***Passado***

As pessoas referem que quando ficavam doentes não era fácil, devido à falta de estradas e transportes, apenas haviam carreiras (estradas por onde passavam as bestas e carroças).

As pessoas dizem que curavam tudo com mezinhas caseiras, com chá de salva, mel, farelos quentes para a dor de barriga, batatas quentes na cabeça para a febre e teias de aranha, a “caixinha de primeiros socorros”, para estancar o sangue das feridas.

Quando era mais grave era preciso ir a pé ou numa bicicleta a pedal a São Brás chamar o médico (Dr. Coelho e Dr. Neves) para fazer visitas de macho ou de cavalo à casa das pessoas.

Quando era muito grave as pessoas acabavam por morrer.

### ***Presente***

Hoje em dia quando as pessoas ficam doentes tem de ir ao médico ao Centro de Saúde a São Brás vão de bicicleta a motor, de carro, táxi ou ambulância. Quem está muito mal fica internado.

Referem que quinzenalmente o carro do Centro de Saúde vai à serra medir as “atenções” (tensão arterial).

Também referiram que agora o que têm falta é de saúde e que quantos mais medicamentos tomam pior ficam.

### **Diversão**

#### ***Passado***

Para se divertirem as pessoas referem os “bailaricos” (bailes) quinzenalmente ou mensalmente. Era o local privilegiado para aproximações entre os rapazes e as raparigas que originavam os “namoricos” (namoros) e muitos casamentos. Iam acompanhados pelos pais e as mães das raparigas ficavam a olhar enquanto elas iam dançar agarradinhas com os rapazes, mas assim que a música terminasse tinham de vir para perto das mães. Os rapazes davam sinal com a cabeça à rapariga com quem queriam dançar, por vezes levavam “cabaços” pois ela já se tinha comprometido com outro. Nos bailes as modas eram tocadas com o harmónio, gira-discos e foles.

Também havia as rifas na Quaresma, na qual se juntavam pessoas de muitos sítios para jogar à carta no monte (Lages, Cerro da Ursa, Montes Novos...) onde tinha marcado a rifa. Era um acontecimento importante para o qual vestiam roupa mudada (limpa), iam a pé ou nas bestas que prendiam e iam à rifa. Gastavam 5 tostões (20 centavos) para comprar 12 rebuçados. A rifa consistia num jogo onde havia umas “baralhas” (baralhos) de cartas, faziam-se vários montes e cada uma colocava uns quantos rebuçados em cima, depois cada um ia virando a carta à vez, haviam umas cartas mais altas que ganhavam, e quem perdia tinha de dobrar o número de rebuçados que tinha posto em cima da mesa para o jogo continuar. Quando saía o 7 que era a carta mais forte, o jogo terminava e essa pessoa ficava com os rebuçados todos que estavam em cima da mesa e não tinha de dar nenhum a ninguém. Quem não jogava aproveitava para pôr a conversa em dia e bebia água ardente e comia tremoços.

Outros divertimentos eram jogar à malha, ir no domingo de Páscoa a São Brás à procissão da Aleluia, conversar nos piaís das casas, as tiradas aos pombos, piqueniques, os mais novos brincavam na escola com os colegas.

Aos piqueniques ia muita gente, nessa altura só havia um telefone (Sra. Zezinha), então telefonavam para os outros sítios onde também só havia um telefone para deixar recado e a combinação ia passando de boca em boca.

Havia também o divertimento dos emigrantes, pois quando eles vinham à Serra eram muito diferentes dos residentes da Serra e mostravam sempre coisas novas que os residentes nunca tinham visto ou ouvido (roupas, caramelos, a forma de falar...).

### *Presente*

O ponto de encontro passou a ser no café (Futebol Clube Cabeça do Velho e Venda onde há o correio) à hora de almoço ou ao Domingo.

Foi referido que a televisão passou a ser o divertimento das pessoas que já pouco saem de casa.

Às vezes ainda fazem uns bailes com tocadores (Parises, Cabeça do Velho). Hoje em dia já não se fazem rifas, mas as pessoas quando falam nisso recordam com saudade.

Referem também o Magusto nos Parises, atividades desenvolvidas pelo Clube (caminhadas, almoços partilhados, etc.) e idas a São Brás quando o autocarro os vai buscar para ir às feiras.

## **Meios de transporte e acessos**

### *Passado*

Referem os caminhos de terra e as veredas, onde passavam com as bestas, os machos, os burros ou a pé. Diziam ser uma vida difícil e quem tinha de ir a pé levava 3 horas a chegar a São Brás. Normalmente juntavam-se várias pessoas quando era para ir à vila.

Não havia transportes, pois não havia estradas nem carreiras.

### ***Presente***

Mais tarde o autocarro começou a ir buscar as crianças para irem à escola. Hoje em dia o autocarro vai buscar os residentes da Serra todas as quartas feiras e noutras ocasiões especiais (eleições, dia de finados...) para poderem vir à vila de São Brás tratarem do que precisam (compras, médico). Referem que se não fosse esse transporte muita gente não ia à vila de outra forma.

Apesar da distância, referem que já têm boas estradas por isso se for preciso rapidamente os vão buscar.

Referem a bicicleta a motor e o automóvel como meios de se deslocarem.

## **Sustentabilidade da Serra**

### **Residentes**

Os entrevistados referem que vivem na Serra porque nasceram lá e lá ficaram.

As pessoas dizem que gostam mais de estar na Serra do que na vila, pois é onde têm alguma coisa, como as suas casas e fazendas, para onde olhar e cuidar. Referem que é o sítio onde estão à vontade, onde são livres, vão trabalhando na agricultura como querem, é um sítio calmo para constituir família, pois as crianças podem brincar e crescer num sítio onde se pode respirar ar puro, com bastante espaço sempre em contato com a natureza e tudo o que a rodeia, pois é uma terra de bons ares.

Referem características específicas da Serra como o cheiro a outono, das folhas molhadas e apodrecidas que têm um cheiro especial que cheira mesmo a outono, o cheiro do medronheiro florido que faz lembrar o mel, e é de lá que as abelhas também se alimentam, as ervas, os cogumelos, o verde das árvores, o silêncio, o canto dos pássaros, ou seja, toda a floresta. Em relação a viver na Serra, referem o estar ao pé da lareira e cheirar a fumo, ouvir a chuva no telhado com telhas de vidro, os animais à solta, o cheiro a porco, etc.

Dizem que na Serra antes havia um espírito comunitário, todos eram solidários uns com os outros mas isso foi-se perdendo ao longo dos tempos.

Também foi apontado bastantes vezes o envelhecimento da população serrenha e o despovoamento da serra, cada vez são menos pessoas e mais idosas as que vivem na

Serra. Para essas pessoas já não é fácil trabalhar na terra e os mais novos foram todos embora em busca de trabalho, porque na serra não há trabalho. Antigamente as famílias eram numerosas e pelo menos o último filho que nascia ficava na Serra a criar a sua família e a apoiar os pais.

As pessoas antigamente viviam da agricultura, da criação de gado, do trabalho como moleiro, do trabalho fora da Serra, da cortiça que tinha muita fama, todos os anos faziam uma tirada e assim tinham esse dinheiro garantido todos os anos.

Hoje em dia vivem das reformas ou do trabalho na vila, os rendimentos que ainda podiam ter com o que a terra lhes dava acabou quando veio o incêndio. Foi um acontecimento que afetou muito a Serra e os seus residentes e o futuro das outras gerações vindouras (filhos e netos), por exemplo deixaram de poder extrair cortiça todos os anos, e para eles a Serra perdeu o seu valor devido a isso. Referem que já vai havendo medronhos e azeitonas mas que devido à idade e aos declives da Serra já não é fácil ir apanhá-los, devido a essa dificuldade vão plantando hortas nos seus quintais.

Referiram que ainda houve estrangeiros que tentaram comprar casas na Serra para viverem no verão, mas que hoje em dia já não está lá quase nenhum, talvez por não se terem conseguido adaptar aquela vida ou pelo fato de algumas casas serem muito juntas umas das outras, antigamente as pessoas protegiam-se dessa forma, hoje em dia preferem ter alguma privacidade, têm dificuldade em viver na Serra como os que lá vivem. Acham que para a Serra ninguém quer ir viver. Foi sugerido que para que a Serra tivesse futuro, quem pudesse investisse lá para reconstruir casas para alojamento de turistas, para dinamizar a Serra e para dar trabalho aos que lá vivem.

Vêm dificuldade no futuro na agricultura da Serra, por exemplo, os sobreiros para darem cortiça precisariam de 20 anos para se desenvolverem e era preciso que se criasse bem.

### **Turistas**

Quando se fala em turistas, os residentes referem que eles costumam andar por lá, mas que muitas das vezes apenas os vem a passar pelas estradas.

São poucos os que param para conversar com os residentes, alguns pedem indicações sobre os locais com os mapas, mas a língua estrangeira é um grande entrave à

comunicação entre residentes e estrangeiros. Quando são os turistas vindos da vila costumam parar para conversar com os residentes, pois são conhecidos.

Os turistas costumam andar aos pares, ou em pequenos grupos ou então veem grupos grandes que vão de autocarro para a Serra. Costumam procurar a Serra para fazer caminhadas pelos percursos pedestres existentes com paisagens deslumbrantes (apesar de um pouco afetadas pelo incêndio, mas já em recuperação), que passam por veredas e caminhos por onde os residentes passavam antigamente para ir à fonte, para ir a São Brás, etc. Procuram a Serra para poderem respirar ar puro, explorar os percursos e conectarem-se com a Natureza. Os residentes dizem ser um local onde se pode descontrair do stresse e dos problemas do dia a dia, ter paz de espírito, sentir-se revigorado e ainda que se trata de uma atividade gratuita. Falam na preservação das espécies e que é preciso que os turistas tenham um contato natural com a Serra, que gostem daqueles cheiros, daquelas cores, que se adaptassem ao património natural, cultural (boas histórias) que não queiram transformar a Serra à maneira deles.

Também foi apontado como fator de atração para os turistas, a gastronomia muito rica proveniente na Serra, com produtos biológicos e caseiros (galo, perdiz, coelho, javali, linguiça e o presunto caseiros). A par disto referem que antigamente, se andava uma pessoa desconhecida pela Serra, os residentes podiam e gostavam de convidá-la logo para ir comer a sua casa, mas hoje em dia lamentam que já não tenham condições para isso, por exemplo, não terem tantos legumes e animais caseiros para cozinhar e oferecer aos turistas.

Sugerem que se desenvolvam atividades de envolvimento da população com os turistas, por exemplo, limpeza das matas, plantação de árvores, ajudar os velhotes na apanha da azeitona e dos medronhos.

Também falaram no turismo das moto4 e dos jipes ao fim de semana que andam pela Serra adentro, mas que é muito barulhento.

Foi referido que por vezes não vão mais turistas para a Serra por causa da insegurança que possam sentir.

Apontam como solução para trazer mais turismo à Serra, se as casas desabitadas fossem restauradas e utilizadas para alojamento local, para além de atrair mais turistas ajudaria no desenvolvimento da Serra.

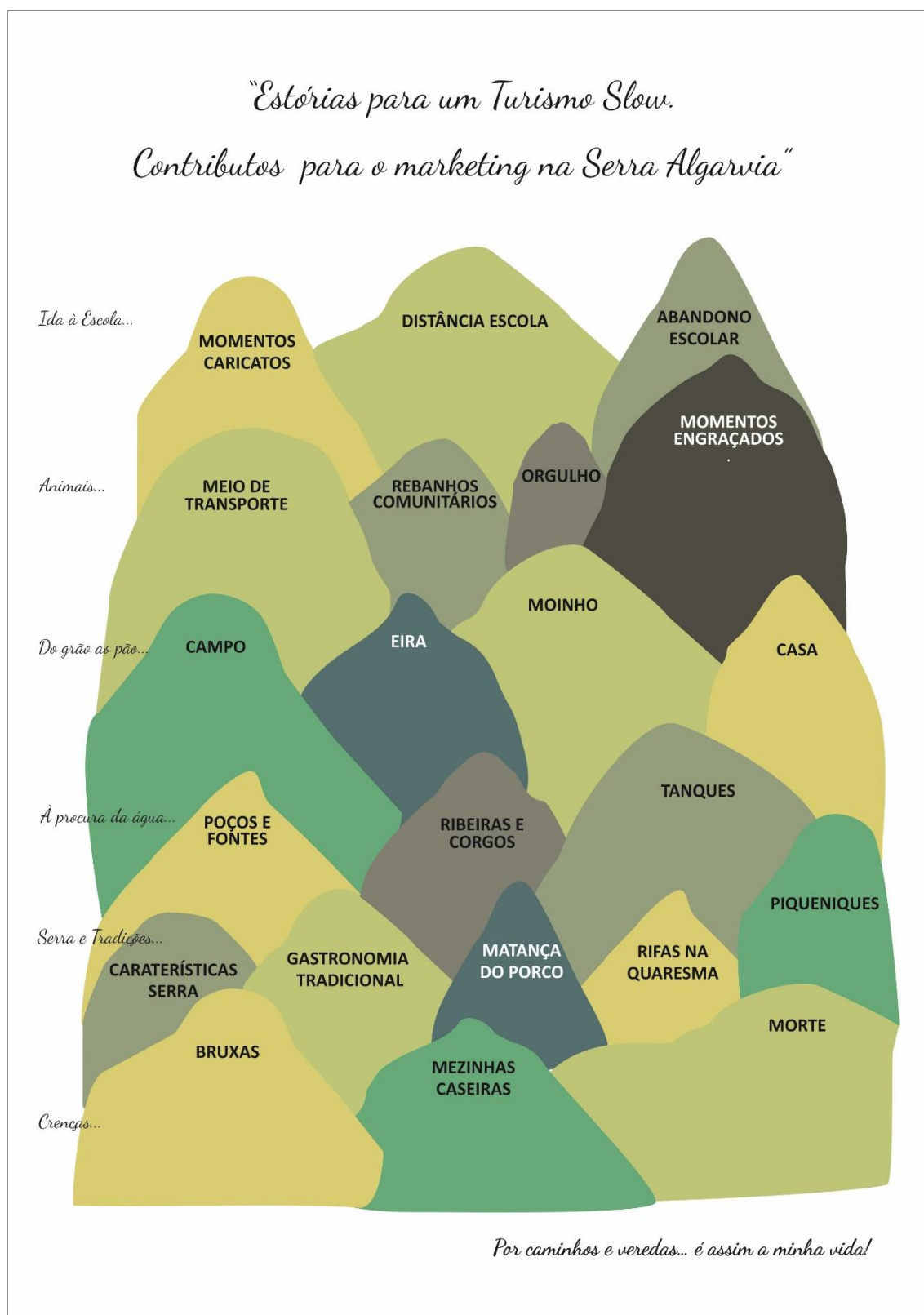
## **Passagem do tempo**

Referem que com a passagem do tempo, a Serra foi ficando muito desertificada, mas que apesar disso a qualidade de vida melhorou muito.

Foi referido a percepção do tempo, ou seja, enquanto antigamente o tempo dava para fazer muita coisa, hoje em dia parece que pouco se faz no mesmo espaço de tempo. Por exemplo para a apanha da azeitona hoje em dia vão ao fim de semana apanhar as azeitonas o mais depressa possível, porque durante a semana têm de trabalhar, as matações dos porcos é a mesma coisa, já ninguém tem tempo par ir ajudar, cada um tem os seus afazeres. Como antigamente não havia televisão, não se saia tanto, trabalhava-se muito (os dias eram desde as 4 da manhã às 8 da noite), não havia eletricidade por isso não tinham luz e deitavam cedo, as pessoas acabavam por aproveitar melhor o tempo.

O incêndio também foi um grande marco: “Olhe as mudanças aqui, não mudou nada se não o fogo é que mudou tudo. O fogo é que mudou tudo!” (E3)

## Apêndice 6 - Mapas representativos das estórias na Serra



## *Ida à Escola...*

### **MOMENTOS CARICATOS**

As crianças iam à escola primária na Serra (Parises), mas poucos ficavam até ao final do 4º ano. Havia crianças que não gostavam dos professores e faziam algumas maldades e depois a professora batia-lhes. As raparigas tinham de ir dormir à escola com as professoras solteiras para lhes fazer companhia.

### **DISTÂNCIA ESCOLA**

São feitas referências a aulas dadas nos montes, juntavam-se umas quantas crianças de cada zona e ia uma professora dar aulas numa casa do monte. Havia crianças apenas com 7 anos que tinham de ir a pé sozinhas para a escola através daqueles montes. O caminho levava duas horas a percorrer e iam-se juntando a outras crianças pelo caminho, mas no Inverno quando os dias eram mais pequenos, ou as ribeiras iam cheias, ficavam a dormir em montes, onde as pessoas lhes davam guarida. Numa época mais recente, quem quisesse prosseguir os estudos a seguir à primária tinha de vir para São Brás de táxi ou autocarro.

### **ABANDONO ESCOLAR**

As crianças deixavam de ir à escola por terem de ajudar a cuidar da família. No entanto as pessoas acabavam por aprender a ler e escrever por sua conta, mesmo que com alguns erros.

## Animais...

### MEIO DE TRANSPORTE

As pessoas deslocavam-se pela Serra com as bestas (cavalos, machos, burros) ou a pé pelos caminhos de terra e pelas veredas. Diziam ser uma vida difícil e quem tinha de ir a pé levava 3 horas a chegar a São Brás. Normalmente juntavam-se várias pessoas montadas nos seus animais quando iam à vila. As bestas também eram utilizadas para irem buscar água aos poços, levavam as cargas ou seja, dois cântaros nas cangalhas de ferro ou de madeira. O burro transportava os materiais para a construção das casas, por essa razão as casas tinham portas e eram baixinhas, pois não queriam sobrecarregar os seus animais. As vacas e as bestas também serviam para acarretar o trigo para a eira e para outros sítios e outros trabalhos agrícolas. Os habitantes da Serra vinham ao Barrocal de burro buscar folhas de figueira que levavam para alimentar as vacas no inverno. Os peixeiros de Olhão levavam peixe “sarnento” em duas canastras ou nas zangarilhas” em cima do burro para a Serra e trocavam por toucinho e batatas, porque no inverno havia muita fome em Olhão e como eles não semeavam tinham de ir buscar à Serra.

### REBANHOS COMUNITÁRIOS

Havia rebanhos comunitários de cabras e ovelhas nos Parises, cada pessoa tinha as suas cabeças de gado e todos os dias se juntavam no Largo de manhã para juntar o rebanho e à noite para cada um recolher e levar as suas cabeças de gado para casa. Iam à vez pastar o rebanho, faziam uma gestão do número de vezes que cada pessoa tinha de ir conforme o número de cabeças de gado da pessoa.

### ORGULHO

As pessoas tinham muito orgulho no seu gado. Era motivo de orgulho quando tinham o macho mais forte da Serra e as bestas gordas e bem tratadas.

### MOMENTOS ENGRAÇADOS

As bestas não tinham nome, era burro, macho e burra. Mas os cães (Boneco...) e as vacas (Briosa, Bonita, Figueira...) tinham nome. Uma vez um rapaz que teve muita dificuldade em pronunciar o r, gritava com uma vaca chamada Briosa: Anda cá Biosa aíl, o que era muito engraçado. Há uma estória que mostra os contrastes sobre um cão da cidade, cuja dona era da Serra mas emigrante em Paris e uma ovelha da Serra. Era um cão caniche com pelo encaracolado preto chamado Vítor que foi passar férias à Serra. O Vítor andava lá nas ruas quando avistou uma ovelha, algo que nunca tinha visto, e a ovelha também nunca tinha visto um cão daqueles, o que se transformou num desastre: a ovelha começou a correr, o Vítor foi atrás dela, só se ouvia a tarde inteira, por montes e vales e a ovelha e o cão. A ovelha esteve dois dias sem vir a casa e o Vítor voltou à noite cheio daqueles carrapiços, carapinhas de esteva e tojos no pelo. Levaram uma semana a lavá-lo e depois o Vítor foi embora da serra e nunca mais lá voltou.

## Do grão ao pão...

### CAMPO

Levantavam-se de noite para fazer as papas para comerem no campo.

Na altura das sementeiras entreajudavam-se para que todos terminassem ao mesmo tempo. A ceifa era feita com uma foice. As vacas e as bestas iam atrás para acarretarem os molhos do trigo para a eira.

As mulheres levavam as crianças para a ceifa, colocavam-nas ao pé duma rocha com um chapéu-de-sol. Os bebés ficavam com uma chupa de trapo com açúcar para se entreter, e os irmãos mais velhos ficavam a cuidar dos irmãos bebés para os protegerem dos bichos, como as cobras e chamarem as mães se fosse necessário.

### EIRA

Construíam a eira em terra e pedra levavam um

rebanho de cabras para irem "apeguenhar" todas ao mesmo tempo o barro que estava no chão a que juntavam palha, para fazer um "conjolo" e o chão ficar liso.

As vacas e as bestas acarretavam os molhos de trigo para a eira onde era debulhado. Conta-se que diziam às crianças que nas eiras haviam moedas de ouro da época dos Reis, e elas iam para lá a procura de moedas e por vezes encontravam bocadinhos de barro e ficavam todas contentes. Mais tarde começou a haver as máquinas para debulhar e enfardar, que iam para as eiras maiores.

### MOINHO

O moleiro

trabalhava nos moinhos de vento, de água ou nas moagens, e sabia lidar com as mós. Os moinhos trabalhavam por temporadas, no verão era o moinho de vento e no inverno era o moinho de água na ribeira. O moleiro trabalhava alternadamente. No moinho de vento, no inverno não se podia moer por causa da chuva e trovoadas, quanto ao moinho de água só havia problema se a ribeira enchesse demasiado que inundasse o moinho. As dificuldades de trabalhar no moinho aconteciam

quando o vento fosse muito forte, partia as varas, rasgava as velas... era preciso que o moleiro soubesse avaliar se o vento estava a aumentar para proteger o moinho, mas por vezes moía-se vários dias seguidos sem azares nenhuns. Conta-se que uma vez os moinhos estavam armados com as velas a moer e havia um mecanismo que avisava quando o grão se acabava (caía para cima da mó e dava o alarme) depois punha-se mais trigo novamente para moer. Mas naquele dia o moinho parou por não haver vento nenhum, nesse momento chega um senhor a cavalo a dizer que o vento tinha deitado o seu chapéu fora no corgo e ele tinha saído de cima do burro duas vezes para o apanhar, acharam estranho, mas ao fim dum quarto de hora o vento que estava no corgo apareceu nos moinhos, eles tornaram a rodar e moeram durante muito tempo, o que mostra a imprevisibilidade do vento. Às vezes também apareciam ratinhos nos moinhos, mas havia um gatinho no moinho que devorava os ratos.

Os moinhos de vento eram construídos sempre aos pares, o moinho branco com mós brancas que era indicado para moer o trigo para o pão e o milho para as papas, e o moinho preto que tinha as mós pretas para moer a aveia e a cevada para as rações dos animais.

Os rendimentos do moinho eram as maquiás, que eram medidas com umas caixinhas de madeira sem tampa, e o moleiro tirava sempre duas ou três maquiás da vasilha que o freguês trazia com o trigo para moer e ia-se enchendo uma saca para depois prestar contas aos patrões.

Mais tarde os moinhos começaram a ficar ao abandono e começou-se a utilizar as moagens que já tinham um mecanismo mais moderno.

### CASA

A farinha

de trigo servia para as mulheres cozerem o pão caseiro nos fornos de lenha, de acordo com as necessidades de cada família. A farinha de milho servia para se fazerem as famosas papas, que era uma das bases da alimentação na época. Quanto à farinha de aveia e cevada, esta era utilizada para a alimentação dos animais.

## *À procura da água...*

### **POÇOS E FONTES**

Existem várias referências a estórias de idas aos poços e fontes para se ir buscar água com as bestas e os machos com os cântaros de barro. A água era para dar aos porcos nos pocilgos e para consumo próprio. Quando a água era pouca tinham de ir de fonte em fonte à procura de água. Conta-se que uma vez uma rapariga ia buscar água com o burro e dois cântaros de barro, e a mãe disse-lhe: não vás a cavalo no burro porque tu podes cair, porque o caminho está muito ruim. A rapariga para lá fez o que a mãe mandou, mas quando estava no poço e o burro estava mesmo à altura da parede do poço, saltou lá para cima e a meio do caminho, como o caminho estava ruim, o burro caiu mesmo dentro do buraco. A rapariga tentou tirá-lo de todas as formas: puxava-o pelo rabo e pela cabeça, depois tirou os cântaros, a albarda e as cangalhas, e de tanto puxar lá conseguiu tirar o burro do buraco. Só que não conseguiu ter altura e força para lhe voltar a pôr as coisas em cima, então teve de prender o burro a um sobreiro e ir dizer à mãe que o burro tinha caído.

### **RIBEIRAS E CORGOS**

A roupa era lavada à mão nas ribeiras que existiam nos corgos (barrancos). Cada pessoa ia quando tinha vagar, levavam a roupa às costas ou na cabeça, ou então num burro em canastras. As roupas maiores como mantas, lençóis ou tapetes eram lavadas na ribeira, aproveitavam a altura do verão para fazerem esta limpeza de fundo, faziam uma “barrela” (água a ferver com cinzas) e punham as mantas num tacho com água a ferver e depois passavam por água na ribeira. Para secar a roupa estendiam-na em cima de alecrim selvagem que havia na ribeira. Aproveitavam esta ocasião para se lavarem e tomar banho.

melhor e maior milho da horta, porque tinha muito tempo para a regar. Era um encanto, mas certa noite foram lá os javalis e comeram-no todo, mesmo pela partilha das terras, o que mostra que no trabalho no campo nada é garantido. Certo dia quando uma rapariga ia à horta regar, embrenhou-se pela floresta, e a meio do caminho começou a ouvir ai, ai, ui, ai, ui. Foi andando e quanto mais se aproximava do tanque da água, mais ouvia aquilo. Quando chegou viu um senhor com a cabeça no chão, tinha caído de cima do burro. Tinha uma grande ferida na cabeça, então a rapariga lavou a ferida com o lenço do senhor molhado com água fresca do tanque e pôs-lhe uma teia de aranha para estancar o sangue, que todos os homens do campo guardavam presa na fita do chapéu. A rapariga tinha de ir regar e ainda tentou mas depois teve de voltar para trás pois a sua consciência não a deixava ficar descansada enquanto não fosse deixar o senhor em casa. Tentou de todas as formas ajudar o senhor a subir para cima do burro, mas só conseguiu que ele fosse como um saco de batatas, com a cabeça para um lado e os pés para o outro. Levou-o para Paris onde foi socorrido e salvo pelos habitantes. Hoje em dia as hortas passaram a estar perto de casa, são mais pequenas. Apesar de atualmente haver estas máquinas que poderiam ajudar no cultivo, na Serra isso não é possível devido às condições geomorfológicas.

### **TANQUES**

A água dos tanques servia para regar as hortas que haviam no fundo dos barrancos, onde as pessoas lavravam, cavavam, semeavam e regavam batatas, tomateiras, griséus (ervilhas), cebolas, alhos, couves, repolho, legumes, feijão e árvores de fruto. Aproveitavam também as pedras das tapadas e dos tanques para lavar a roupa. Nestes vales longe das casas também havia algumas hortas comunitárias, os bocados de terra eram partilhados e cada um tinha o seu, no entanto para regar apenas era necessário ir uma pessoa de cada vez. O tempo de rega (água vinda dos tanques tapados com uma rolha de cortiça enrolada em serapilheira) para cada bocadinho era correspondente à área cultivada por cada um. Tudo isto era combinado na Primavera, quem ia, quando ia e qual a quantidade de água para cada bocadinho. Tudo isto tinha de ser muito bem estudado para não haver desperdício de água. Contaram que uma vez uma pessoa que tinha uma horta com o

## Serra e Tradições...

### CARATERÍSTICAS SERRA

Na serra as pessoas sentem-se livres, vão trabalhando na agricultura como querem, é um sítio calmo para constituir família, pois as crianças podem brincar e crescer num sítio onde se pode respirar ar puro, com bastante espaço, sempre em contato com a natureza e tudo o que a rodeia, pois é uma terra de bons ares com gente solidária. Fala-se no cheiro a outono, das folhas molhadas e apodrecidas que têm um cheiro especial a outono, o cheiro do medronheiro florido que faz lembrar o mel, e é de lá que as abelhas também se alimentam, as ervas, os cogumelos, o verde das árvores, o silêncio, o canto dos pássaros, ou seja, toda a floresta. Em relação a viver na Serra, falam de estar ao pé da lareira e cheirar a fumo, ouvir a chuva no telhado com telhas de vidro, os animais à solta, o cheiro a porco. O envelhecimento da população serrenha e o despovoamento da serra, pois são menos pessoas e mais idosas as que lá vivem. Para essas pessoas já não é fácil trabalhar na terra e os mais novos foram todos embora em busca de trabalho, porque na serra não há trabalho. Antigamente as famílias eram numerosas e pelo menos o último filho que nascia ficava na Serra a criar a sua família e a apoiar os pais. As pessoas antigamente viviam da agricultura, da criação de gado, do trabalho como moleiro, do trabalho fora da Serra, da cortiça que tinha muita fama (todos os anos faziam uma tirada e assim tinham esse dinheiro garantido todos os anos). A Serra pode ser procurada para fazer caminhadas pelos percursos pedestres existentes com paisagens deslumbrantes (apesar de um pouco afetadas pelo incêndio, mas já em recuperação), que passam por veredas e caminhos por onde os residentes passavam antigamente para ir à fonte, para ir a São Brás, etc. A Serra é um local onde se pode respirar ar puro, explorar os percursos e conectar-se com a Natureza, onde se pode descontrair do stresse e dos problemas do dia a dia, ter paz de espírito, sentir-se revigorado, ao mesmo tempo que se fala em sustentabilidade e preservação das espécies, através de um contato natural com a Serra, os cheiros, as cores, o património natural e cultural (boas estórias).

### GASTRONOMIA TRADICIONAL

As pessoas alimentavam-se de acordo com os produtos que havia na época, cozinhavam pratos tradicionais, como cozinhas de batatas (batatas guisadas com tomate, ovos e sopas de pão), jantares ou cozidos de grão e feijão, papas (que se comiam com água mel, leite, mel, com chouriço, com pão torrado - carochinhas, papas sozinhas), favas, porco com repolho e açorda. Posteriormente, começaram a comer o galo, perdiz, coelho, javali, linguíça e o presunto caseiros. Antigamente quando andava uma pessoa desconhecida pela Serra, os residentes gostavam de convidá-la logo para ir comer a sua casa, mas hoje em dia lamentam que já não tenham condições para isso, por exemplo, não terem tantos legumes e animais caseiros para cozinhar e oferecer aos turistas e por questões de segurança.

### RIFAS NA QUARESMA

As rifas na Quaresma era um jogo de cartas no qual se juntavam pessoas de muitos sítios no monte (Lages, Cerro da Urso, Montes Novos...) onde tinha marcado a rifa. Era um acontecimento importante para o qual vestiam roupa mudada (limpa), iam a pé ou nas bestas que prendiam e iam à rifa. Gastavam 5 tostões (20 centavos) para comprar 12 rebuçados. A rifa consistia num jogo onde havia umas "baralhas" (baralhos) de cartas, faziam-se vários montes e cada uma colocava uns quantos rebuçados em cima, depois cada um ia virando a carta à vez, haviam umas cartas mais altas que ganhavam, e quem perdia tinha de dobrar o número de rebuçados que tinha posto em cima da mesa para o jogo continuar. Quando saía o 7 que era a carta mais forte, o jogo terminava e essa pessoa ficava com os rebuçados todos que estavam em cima da mesa e não tinha de dar nenhum a ninguém. Quem não jogava aproveitava para pôr a conversa em dia e bebia aguardente e comia tremoços.

### MATANÇA DO PORCO

Engordavam os porcos com lêndas para depois os matarem para comerem.

As matanças de porco eram motivo de festa para reunir a família e amigos. Com a carne do porco faziam chouriças, fritavam os lombos e costeleta na banha que depois guardavam em banha, os presuntos, a carne dos ossos e o toucinho guardavam-se na salgadeira para terem carne para comer durante todo o ano

### PIQUENIKES

Os piqueniques eram combinados com antecedência para ir muita gente. Nessa altura só havia um telefone (Sra. Zezinha), então telefonavam para os outros sítios onde também só havia um telefone para deixar recado e a combinação ia passando de boca em boca. Depois juntavam-se pessoas de todos os lados com boa comida para fazer os piqueniques no campo.

## Crenças...

### BRUXAS

As pessoas quando encontravam uma peça de roupa ou velas abandonadas numa encruzilhada de caminhos dizia que tinham sido as bruxas que lá as tinham deixado para lançar um bruxedo sobre as pessoas. Quem lhes pegasse ficava com o bruxedo, para o bruxedo passar tinham de se ir benzer e pôr roupa noutra sítio para que o feitiço passasse para outra pessoa, por isso o bruxedo nunca parava, andava sempre de pessoa em pessoa. As cruces brancas nas casas e nos currais dos porcos ainda hoje servem para que as pessoas passem por ali e não olhem, desviem o olhar e não cobicem aquela casa nem aqueles animais, o que pode ser visto na zona das Lages. Os animais eram mais importantes que as pessoas. Quem tinha o livro de São Cipriano era bruxo. Mas quem tinha qualquer livro, tinha grandes probabilidades de ser bruxo, isto porque a sabedoria dos livros assustava as outras pessoas, pois sabiam muito mais que os outros todos.

### MEZINHAS CASEIRAS

Para estancar o sangue usavam: rolinho de teia de aranha (caixinha de 1<sup>os</sup> socorros), casca de fava seca e pimentão de cor que formava uma massa em cima da ferida. Para as constipações e garganta rouca as pessoas usavam: chá de salva, de brasas, de cebola, e mel. Para as dores de barriga usavam: farelos quentes. Para a febre usavam: batatas quentes na cabeça. Para os abscessos dos dentes, para inchaços no corpo com pús usavam: papas de linhaça e as próprias fezes das pessoas.

### MORTE

As pessoas normalmente morriam de raios de trovoada que os atingia, ou caíam do burro, mas sempre porque o animal se assustava e caíam. Existem muitos calvários na Serra que são onde as pessoas morriam e colocavam lá umas cruces. Existe também um cemitério dos mouros.

## Apêndice 7 - Fotografias

Fotos de “algum dia” ligadas às estórias

Ida à Escola...

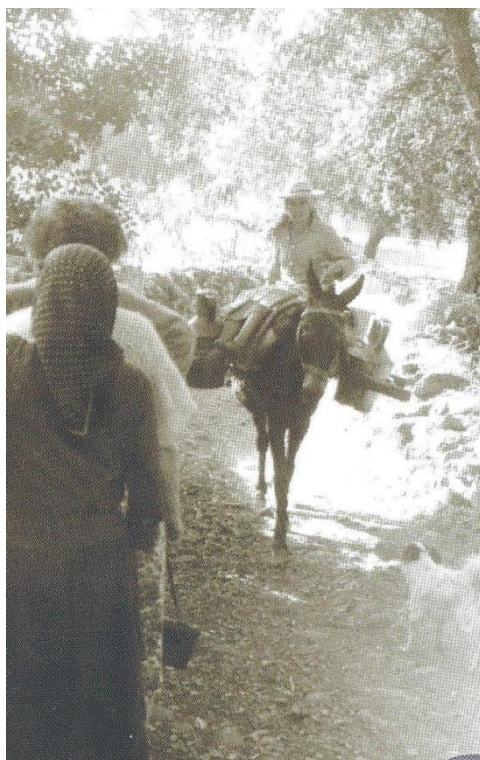


1 - Escola Primária Parises (anos 70)

## Animais



2 – A cavalo nos burros (19..)



**3 – Ida à fonte e transporte da água em cântaros (anos 40-50)**



**4 -Dar água aos animais (anos 40-50)**

## Do Grão ao pão...



5 - Alqueirando com macho e burro (1926)



6 - Debulha (1925)

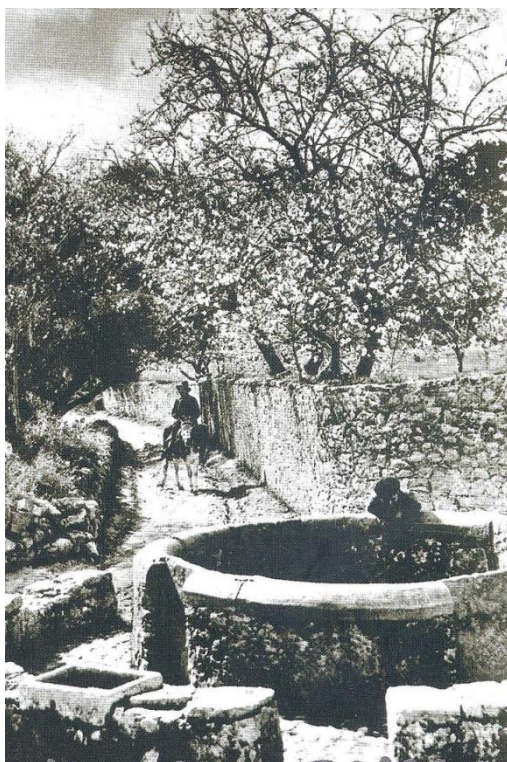


**7 - Moinho (1947)**



**8 - Moinho (19..)**

## À procura da água...



9 - Ida ao poço com a besta (anos 40)



10 - Ida ao poço com a besta (1963)



**11 - Lavando a roupa na ribeira (1925)**



**12 - Lavar roupa ribeira (1925)**



**13 - Lavar a roupa na ribeira (anos 40-50)**

### **Serra e tradições**



**14 – Bailes (anos 50-60)**



**15 – Piqueniques (inicio século XX)**



**16 - Piqueniques (anos 30-40)**

*In Município de São Brás de Alportel (2005) São Brás de Alportel, 90 anos de Memórias, Câmara Municipal de São Brás de Alportel.*

**FOTOS (tiradas pela autora durante a investigação)**

**Visita ao Pavilhão *Slow Food* na Expo Milão 2015**



**17 - Entrada do pavilhão *Slow Food***



**18 - Mensagem *The Tree of Food* installation**



**19 - Caracol, símbolo *slow***



**20 - Identificação dos locais que desenvolvem atividades *slow***

## Um dia a acompanhar a tirada da cortiça



21 - Tirador de cortiça



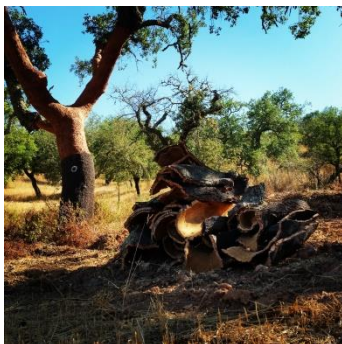
25 - Outro tirador de cortiça



22 - Cortiça extraída do sobreiro



26 - Cortiça empilhada



23 - Pequena pilha de cortiça



24 - Cortiça vs. aranha



27 - Armazenamento de água em cantil de cortiça e cocharro



**28 - Pilha de cortiça a rodear um sobreiro**

## **Cozinhados da avó**



**29 - Prestando atenção aos cozinhados da avó**

## Caminhadas e experiências na Serra



30 - Passeio com rebanho de ovelhas



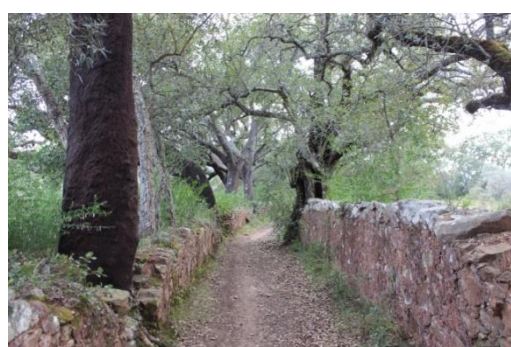
31 - Borreguinhos



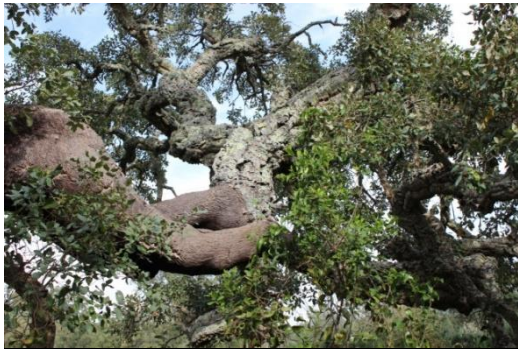
32 - Ovelhas vs. Ciclistas



33 - Abelha à procura de pólen para fazer o mel



34 - Veredas por onde se passava "algum dia"



**35 – Sobreiral**



**37 – Antigos Tanques de água**



**36 - Paisagem**



**38 - Serra florida**



**39 - Serra**



40 – Paisagem colorida



41 - Poço da madrugada (Parises)



42 - Cores



43 - Simetrias



44 – Passeando pela Serra



**45 - Várzea do Velho (monte totalmente abandonado)**



**46 - Rochas**



**48 - Liberdade**



**47 - Fonte**



**49 - Fauna e Flora**



**50 - Flora**



**53 - Nora antiga**



**51 - Tanque com pedras onde se lavava a roupa**



**54 - Cogumelos**

-



**52 - Barragem**



**55 - Joaninha**



**56 - Ribeira**



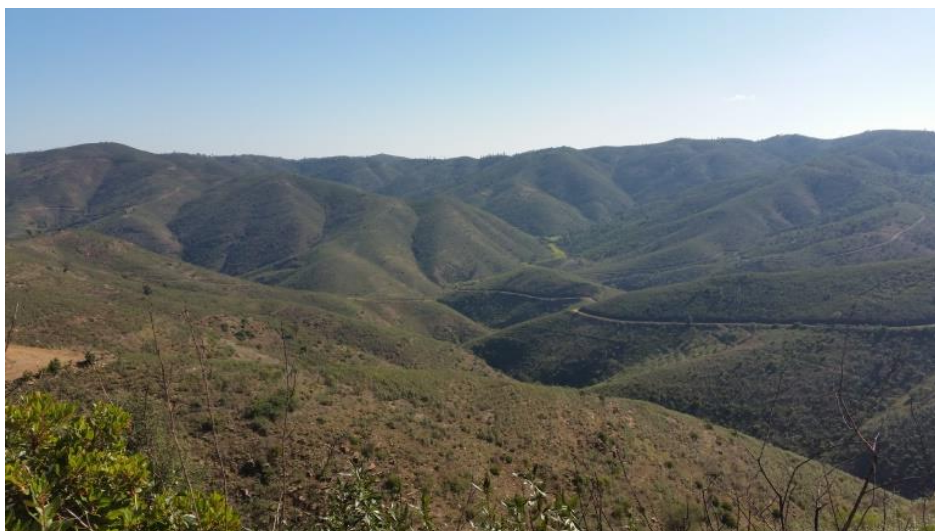
**58 - Passeio acompanhado com um pequeno rebanho de ovelhas**



**57 - Rã na ribeira**



**59 - Passeio acompanhado por um burrinho**



**60 - Horizonte**



**61 – Amoras silveiras junto a ruína de destilaria**



**62 – Fauna e Flora II**



**63 - Conversas**



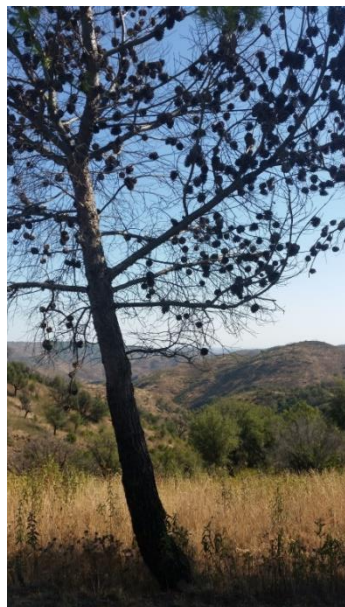
**64 – Aglomerado serrano**



**65 – Horta no corgo**



**66 - Arbusto**



**67 – Serra à vista**



**68 –Fábrica de chouriças**



**69 - Sra. Albertina Brito**



**71 - Antiga moagem com recado "Não me deixes cair"**



**72 - Entrevistada Noémia Pires**



**74 - Moinhos da Renda**



**70 - Sr. José Ramos e Sra. Hortênsia**



**73 - Interior da moagem**

