

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
FACULDADE DE ECONOMIA

**FESTIVAL ISLÂMICO DE MÉRTOLA: EXPERIÊNCIAS DE UNS E DE
OUTROS.**

NÍDIA ISABEL MESTRE BRÁS

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de:

Professora Doutora Manuela Guerreiro

Professor Doutor Júlio Mendes

2016

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
FACULDADE DE ECONOMIA

**FESTIVAL ISLÂMICO DE MÉRTOLA: EXPERIÊNCIAS DE UNS E DE
OUTROS.**

NÍDIA ISABEL MESTRE BRÁS

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de:

Professora Doutora Manuela Guerreiro

Professor Doutor Júlio Mendes

2016

Declaração de Autoria e Copyright

FESTIVAL ISLÂMICO DE MÉRTOLA: EXPERIÊNCIAS DE UNS E DE OUTROS.

Declaração de Autoria do Trabalho

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

Nídia Isabel Mestre Brás

.....

(assinatura)

Direitos de cópia ou Copyright

© Copyright: Nídia Mestre Brás.

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.

Ao meu amigo António Romana.

Temos saudades tuas todos os dias...

Aqueles que passam por nós, não vão sós, não nos deixam sós.

Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós.

Antoine de Saint-Exupéry

Agradecimentos

Aos meus orientadores, Professora Doutora Manuela Guerreiro pelos conhecimentos transmitidos, e por todas as vezes que me ligou para que eu não baixasse os braços, pelas conversas e pelas partilhas, pelas horas perdidas comigo...

Ao Professor Doutor Júlio Mendes, que percebeu muito antes de mim o potencial que este Festival poderia ter como estudo.

À Professora Doutora Bernardete Sequeira obrigada por me ter possibilitado assistir a um dos seus Seminários sobre estudos qualitativos.

A todos os meus entrevistados, que achavam que não tinham nada de especial para me dizer, e que me disseram tudo!

À Câmara Municipal de Mértola, na pessoa do seu Presidente, Dr. Jorge Rosa, a quem agradeço a disponibilidade e pelo interesse demonstrados por este estudo.

À Biblioteca Municipal de Mértola, na pessoa da sua Diretora, Dra Isabel Martins, a quem agradeço a disponibilização de toda a documentação necessária.

Ao João Miguel que me deu as mais importantes bases para iniciar este estudo, e a quem tantas horas de conversa roubei.

À Sofia, por todas as vezes que disse que não me podia ajudar, sem perceber que foi sempre o meu braço direito nas minhas ausências e porque sabemos que nunca se baixa a fasquia de topo.

À Ana Beatriz Jesus, Princesinha Bea, agradeço profundamente pelo estímulo nas horas difíceis e pela disponibilidade sempre demonstrada.

Aos meus amigos do coração e dos abraços, porque nem sempre são as palavras, mas quase sempre são os olhares que expressam sentimentos.

Aos meus amigos, os do festival que sentem como eu que o festival é tempo de reencontros.

À minha família, pelas palavras de incentivo mesmo que nunca tenham percebido o porquê deste mestrado.

À minha ita, porque do longe se faz perto todos os dias, e fazes parte destes meus dias. “olha vai assim e pronto”.

Um agradecimento a todos os que tornaram possível a realização desta dissertação e que de diversas formas, estiveram presentes no seu percurso.

Ao Nuno, obrigada por seres o meu companheiro de todas as horas, principalmente, obrigada pelo Amor!

Ao Martim, por todas as vezes em que te disse que não podia brincar contigo, e tu me respondeste “eu amo-te mamã”. Tu és o melhor do meu Mundo!

Resumo

A presente dissertação de mestrado pretende ser um documento, onde o leitor possa alargar a compreensão daquilo que se denomina agora como Experiência Turística.

Este estudo teve como foco principal o estudo das Experiências vividas no Festival Islâmico de Mértola. O Festival, insere-se num contexto arquitetónico e cultural que, por si só, já é potenciador destas mesmas experiências, na medida em que constitui o palco ideal para uma aventura islâmica.

Estudam-se nesta pesquisa as Experiências no plural, porque não é possível identificar uma experiência isolada e fazer dela a base do festival.

Através deste estudo, é possível identificar as experiências que residentes e visitantes vivem neste festival, usando como referencial a metodologia aplicada num estudo do género, recente, de Ziakas e Boukas (2013). No estudo desenvolvido em Mértola, foram realizadas 26 entrevistas, 13 a residentes e as restantes a visitantes do Festival.

Palavras chave: Eventos; Festival Islâmico; Marketing de experiências; Mértola; Turismo de Experiências.

Abstract

This master thesis aims to be a document easy to read and interpret, where the reader can then broaden understanding of what is now called as Tourist Experience.

This study focused primarily on the study of the experiences lived in the Islamic Festival Mértola. The festival, set in a architectural and cultural context that, by itself, is already enhancer of these same experiences, in that it is the ideal place for an Islamic adventure.

Are studied in this research Experiences in the plural, because it is not possible to identify an isolated experience and make it the festival base.

Through this study, will be here possible to identify the different experiences that residents and visitors live in this same festival, through the methodology based on a study of Ziakas and Boukas (2013), which consisted in this study to interview thirteen residents and thirteen visitors this Festival.

Keywords: Events; Islamic festival; Experiential marketing; Mértola; Experiences tourism.

Índice Geral

Agradecimentos	ii
Resumo	iv
<i>Abstract</i>	v
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO II - REVISÃO DE LITERATURA	4
2. Turismo e Cultura: interseções	5
2.1. Eventos e Turismo de Eventos	10
2.2. Festivais	15
2.3. Marketing de Eventos	17
2.4. Experiência Turística e Experiência de Eventos	19
2.5. Cidade, um palco para os eventos e para as experiências	24
CAPÍTULO III - MÉRTOLA E O SEU FESTIVAL	30
3. Caraterização do território	31
3.1. Mértola	31
3.1.1. Uma vila com história	32
3.1.2. Origens Árabes	34
3.2. O Festival Islâmico de Mértola	34
3.2.1. Natureza do Festival	35
3.2.2 Propósito do Festival	36
3.2.3. Os <i>Stakeholders</i> locais e as parcerias do Evento	41
CAPÍTULO IV - METODOLOGIA	44
4. Abordagem da Investigação	45
4.1. Métodos e técnicas de investigação	45
4.2. Procedimentos de recolha de informação	47
4.3. População e amostra	48
4.4. Construção do guião	49
4.5. Fases dos procedimentos de recolha da informação	51
4.6. Instrumentos de recolha de dados	55
4.6.1 A entrevista semiestruturada	55
4.7. Método de análise de conteúdos	57
CAPÍTULO V - RESULTADOS E DISCUSSÃO	59
5. As experiências	60
5.1 As experiências dos residentes	60

5.1.1	Caraterização da amostra de residentes	60
5.1.2	As experiências no Festival.....	62
5.1.3	As expetativas iniciais	69
5.1.4	Sentimentos e vivências.....	75
5.1.5	Motivações para este evento	79
5.1.6	As memórias que ficam (dos residentes)	81
5.1.7	Narrativas do Festival.....	85
5.2	As experiências dos Visitantes.....	88
5.2.1	Caraterização da amostra	88
5.2.2	As experiências no Festival.....	89
5.2.3	As expetativas iniciais	93
5.2.4	Sentimentos e vivências.....	95
5.2.5	Motivações para este evento	98
5.2.6	As memórias que ficam.....	100
5.2.7	Narrativas do Festival.....	103
5.3	Discussão dos resultados.....	104
CAPÍTULO VI - CONCLUSÕES		107
BIBLIOGRAFIA.....		113

Índice de Figuras

Figura 1.1: Organização do estudo.....	3
Figura 2.1: Definições de turismo cultural	9
Figura 2.2: Tipologia de eventos	14
Figura 2.3: Uma tipologia de eventos	15
Figura 2.4: Os três E's do Marketing	19
Figura 2.5: As Três dimensões do Imaginário Turístico	21
Figura 2.6: Conceitos relacionados com a Viagem.....	22
Figura 2.7: Um modelo conceptual da experiência enquanto evento	Erro! Marcador não definido.
Figura 2.8: Componentes do Marketing de Lugares	28
Figura 3.1: Parcerias estratégicas do festival	42
Figura 4.1: Tipos de entrevista	46
Figura 4.2: Organização da investigação empírica.....	Erro! Marcador não definido.
Figura 4.3: Procedimentos de recolha de informação	51
Figura 5.1: Experiências dos residentes	62
Figura 5.2: Expetativas dos residentes	70
Figura 5.3: Sentimentos e vivências dos residentes.....	75
Figura 5.4: Motivações dos residentes.....	79
Figura 5.5: Memórias dos residentes.....	82
Figura 5.6: Experiências dos visitantes	89
Figura 5.7: Expetativas dos visitantes	93
Figura 5.8: Sentimentos e Vivências dos visitantes	95
Figura 5.9: Motivações dos visitantes.....	98
Figura 5.10: Memórias dos visitantes.....	101
Figura 6.1: Oportunidades e riscos.....	109

Índice de Tabelas

Tabela 3.1: Pontos de referência em Mértola	33
Tabela 3.2: Atividades que o festival oferece	39
Tabela 4.1: Características na categorização	54
Tabela 4.2: Guião de entrevista a Residentes e Turistas	56
Tabela 5.1: Caracterização da amostra de Residentes	61
Tabela 5.2: Experiências dos Residentes.....	62
Tabela 5.3: Expetativas dos residentes.....	71
Tabela 5.4: Sentimentos e vivências dos Residentes.....	76
Tabela 5.5: Motivações para este evento (dos residentes)	80
Tabela 5.6: As memórias que ficam (dos residentes)	82
Tabela 5.7: Narrativas do Festival.....	86
Tabela 5.8: Caracterização da amostra de Visitantes	88
Tabela 5.9: Experiências dos Visitantes	89
Tabela 5.10: Expetativas dos Visitantes	94
Tabela 5.11: Sentimentos e vivências dos Visitantes.....	96
Tabela 5.12: Motivações (dos visitantes) para este evento	99
Tabela 5.13: As memórias que ficam.....	101
Tabela 5.14: Narrativas dos visitantes	103

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

Aprendi a não tentar convencer ninguém. O trabalho de convencer é uma falta de respeito, é uma tentativa de colonização do outro.

José Saramago

Tendo em vista a obtenção do grau de Mestre em Marketing da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, foi realizada a presente investigação, que tem como tema central o estudo das experiências no festival islâmico de Mértola. Procura-se olhar para este festival na perspetiva de um produto turístico que é destinado a residentes e a não residentes em Mértola.

A escolha deste tema prende-se com o facto de a autora ser natural da vila de Mértola e de um interesse profundo em compreender melhor a forma como os seus participantes vivem e sentem o evento.

O planeamento do festival assume como orientação estratégica fundamental a criação das atividades e dos cenários suscetíveis de proporcionar as vivências de experiências únicas. Este festival pretende estimular o desejo de o poder “viver”, de estar lá, de o sentir para melhor compreender aqueles que falam sobre ele.

O presente estudo, desenvolvido numa perspetiva de marketing experiencial, assume o propósito de perceber a forma como os visitantes e os residentes vivem e sentem as suas experiências no festival islâmico.

Subjacente a este objetivo geral, identificaram-se os seguintes objetivos específicos:

1. Caraterizar as experiências de participação no evento por parte de residentes e visitantes;
2. Identificar expetativas iniciais na perspetiva dos residentes e visitantes;
3. Conhecer sentimentos e vivências do festival na perspetiva dos residentes e visitantes;
4. Identificar as principais motivações de residentes e visitantes para participar no festival
5. Recolha de memórias que os residentes e visitantes retém da sua participação no festival

A estratégia metodológica envolveu a consulta de documentos secundários nomeadamente publicações de carácter científico e documentos não publicados – fontes primárias - facultados pelo Município de Mértola.

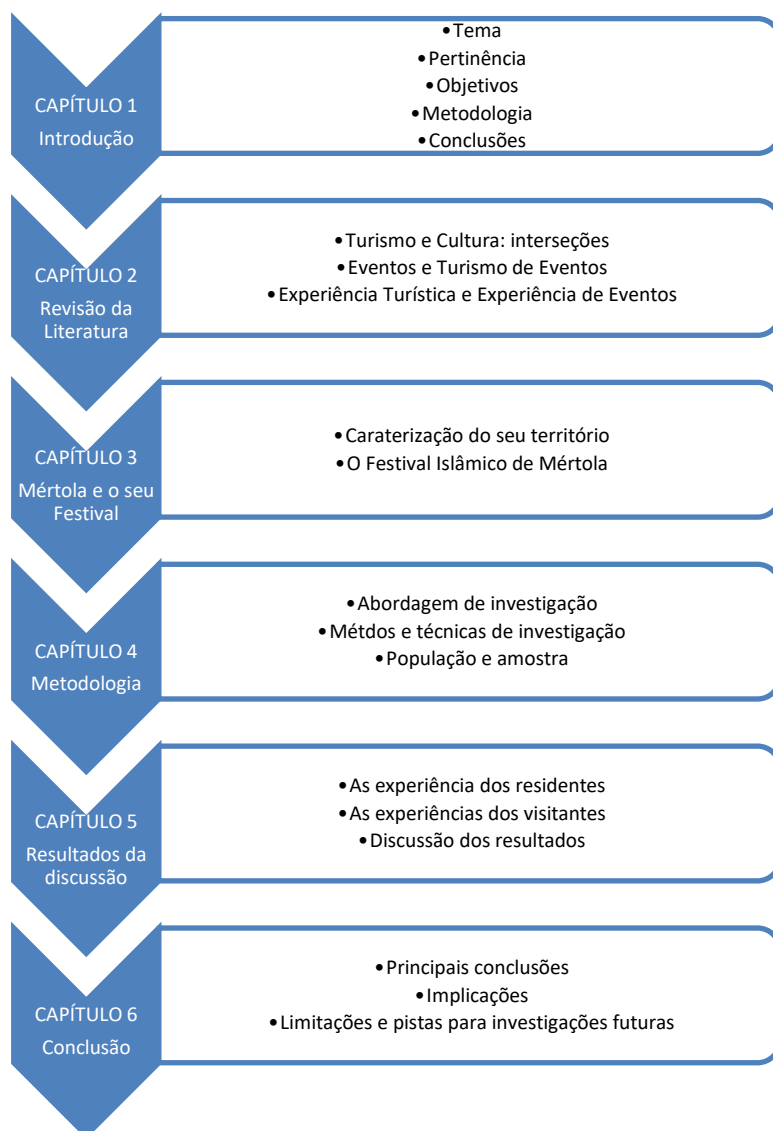
O estudo empírico, de natureza qualitativa e exploratória, consistiu na recolha e tratamento de dados primários obtidos a partir de 26 entrevistas, desenvolvendo uma

investigação de natureza qualitativa e exploratória e com base nas respostas de treze residentes e de treze não residentes.

Os Residentes escolhidos para este estudo são vistos pelos seus pares como *Líderes de Opinião* em diferentes áreas. Os Visitantes foram selecionados aleatoriamente, tendo sido feito o convite para participar neste estudo na zona de saída do espaço do Festival.

O estudo pretende apresentar o festival islâmico como potenciador de diferentes experiências. A presente dissertação encontra-se dividida em seis capítulos (figura 1.1):

Figura 1.1: Organização do estudo



Fonte: elaboração própria

CAPÍTULO II - REVISÃO DE LITERATURA

“Não existe nada mais prático do que uma boa teoria.”

Kurt Lewin

2. Turismo e Cultura: interseções

Existe um elevado número de explicações sobre o que será o Turismo Cultural, não havendo uma opinião consensual entre os diversos autores. Independentemente do conceito que possamos optar ou defender aqui, há um ponto em que todos estão de acordo: o turismo implica a deslocação do público.

Beni (2003) retrata o turismo como um processo que tem associados vários aspetos:

...um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, económica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si, para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico – humanístico, profissional, e de expansão e negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos (Beni, 2003:37).

Para Beni (2003) existem três motivos que servem de base para a escolha de determinado destino, existindo então tendências que vão ao encontro da definição de turismo:

A tendência económica é a soma das operações com base na natureza económica, que estão diretamente relacionadas com a entrada permanência e deslocação de visitantes, para dentro e para fora de um país, cidade ou região. McIntosh (1977) citado por Beni (2003) considera o turismo como a ciência, a arte e a atividade de atrair e de transportar visitantes, alojá-los e satisfazer suas necessidades e seus desejos. Para Beni (2003), a definição técnica trouxe alguns acréscimos sobre o entendimento do turista e do excursionista. O turista é o visitante temporário que permaneça pelo menos 24 horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada por diferentes atividades (recreio, férias, saúde, estudo, religião, desporto negócios, família, missões e conferências), enquanto que o

excursionista é o visitante temporário que permanece menos de 24 horas no país ou local visitado (incluindo viajantes de cruzeiros marítimos e outros).

Neste contexto, Ferreira (2009:1) considera que “Turismo é antes de mais nada, um estado de espírito, uma atitude, um comportamento, uma experiência individual e coletiva cheia de significados”.

É consensual que o turismo apresenta-se como algo difícil de definir, mostrando assim a sua complexidade e até mesmo a sua multidisciplinariedade.

Diferentes áreas apresentam diferentes abordagens sobre o turismo, nomeadamente a Antropologia, Economia, Geografia, Gestão, Psicologia, Sociologia, ou naturalmente, o Marketing.

No que à Cultura se refere, poderemos dizer que Cultura é tudo aquilo que poderá estar relacionado com a aproximação dos povos, ou também com o poder usufruir do património material e/ou intangível. Talvez possamos ser mais objetivos se nos referirmos ao facto de em 1999, o Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS) ter aprovado a “Carta Internacional do Turismo Cultural”, alusiva à Gestão do Turismo nos Sítios com Património Significativo. Neste documento refere-se que o objetivo fundamental da gestão do património consiste em comunicar o seu significado e a necessidade da sua conservação tanto para a comunidade local como para os seus visitantes. Esta Carta refere ainda que “O acesso ao património, razoável e bem gerido, física, intelectual e emocionalmente, e ao desenvolvimento cultural é tanto um direito, como um privilégio” (ICOMOS, 1999: 2) e estabelece seis princípios:

Princípio 1: Como o turismo doméstico e internacional estão entre os principais veículos das trocas culturais, a conservação deve proporcionar oportunidades responsáveis e bem geridas para os membros da comunidade residente e para os visitantes experimentarem e compreenderem em primeira mão o património e a cultura dessa comunidade. (...)

Princípio 2: O relacionamento entre os Sítios Património e o Turismo é dinâmico e pode envolver valores em conflito. Ele deve ser gerido de uma forma sustentada para as gerações atual e futuras. (...)

Princípio 3: Os programas de conservação e de turismo devem apresentar informação com elevada qualidade para otimizarem a compreensão do visitante sobre as características significativas do património e sobre a necessidade da sua proteção, permitindo a esse visitante usufruir o sítio de uma maneira apropriada.(...)

Princípio 4: As comunidades residentes e os povos indígenas devem ser envolvidos no planeamento para a conservação e para o turismo. (...)

Princípio 5: As atividades do turismo e da conservação devem beneficiar a comunidade residente. (...)

Princípio 6: Os programas de promoção do turismo devem proteger e valorizar as características do Património Natural e Cultural.(...)” (ICOMOS, 1999:2).

Nesta sequência, Richards afirma que o Turismo Cultural poderão ser “todos os movimentos de pessoas para atrações culturais específicas, como o património, manifestações artísticas e culturais, artes e teatro fora do seu local normal de residência” (Richards, 2001:37),

Mas na opinião de Bucho (2010:87)

(...) podemos definir a animação turístico-cultural do património como um conjunto de ações e serviços que permitem e que estimulam uma fruição turístico-cultural de qualidade, preferencialmente disponível em regime de permanência, dos valores patrimoniais em causa, resultando benéfica, não só para o visitante, como para o bem em causa, como para a comunidade onde se insere esse património.

De acordo com o Plano Estratégico Nacional de Turismo (2013:7)

O turismo deve desenvolver-se com base na qualidade do serviço e competitividade da oferta, tendo como motor a criação de conteúdos autênticos e experiências genuínas, na excelência ambiental e urbanística, na formação dos recursos humanos e na dinâmica e modernização empresarial e das entidades públicas

Será ainda de referir que:

O fenómeno da globalização gera, pelo lado das culturas recetoras, a necessidade de redescobrir fortalecer a identidade cultural e também valorizar o património como factor de unidade. Pelo lado dos turistas, evidencia-se a sensibilidade para o cuidado com o meio ambiente e o interesse pela diversidade cultural. Desta forma o turismo cultural pode cumprir um papel estimulador para revalorizar, afirmar e recuperar os elementos culturais que caracterizam e identificam cada comunidade, num mundo globalizado. E particularmente, o reforço da identidade cultural, através do turismo, pode atuar como uma força inibidora dos efeitos homogeneizadores deste fenómeno (Toseli, 2006:176)

Não esquecendo nunca que é preciso ir ao encontro, ou até superar as expectativas de quem visita os locais, importa também fazer com que essas visitas sejam também produtivas para quem vive nesse meio. No entender de Zubiría Samper et al (1998:58)

La creación de instancias institucionales y las complejas relaciones en la agrupación de agentes, líderes y creadores con complejos factores ideológicos, políticos y económicos, constituyen grandes desafíos en el funcionamiento de las organizaciones culturales.

Todo proceso administrativo busca articular las finalidades y los objetivos que pretenden alcanzar las organizaciones culturales, sin convertir en obstáculo las distintas miradas filosóficas complejas y heterogéneas que caracterizan la concepción del trabajo cultural. (Zubiría Samper et al, 1998:58)

Já Henriques (2003) apresenta um outro olhar sobre esta questão, sustentando que a procura por turismo cultural é um conceito difícil de definir uma vez que a noção de cultura comporta significados múltiplos. Esta multiplicidade de significados compatibiliza-se com uma multiplicidade de definições possíveis à medida que passamos de perspetivas restritas de cultura para perspetivas mais abrangentes, em que “tudo é cultura”. Todo o turismo pode, então, ser cultural, sendo que o mesmo parece tornar-se mais verdadeiro quando o próprio turista sente que se “apropriou” de algo que pode caracterizar como bem cultural.

Santos (2002:209) citando Ballart (1977) quando este reflete afirmando que

O passaporte ideal para o transporte a paraísos perdidos, através de um túnel do tempo que alimenta a nossa fantasia e nos ajuda a recuperar o tempo perdido. Que outra coisa senão a fantasia move o entusiasmo dos devotos do cinema de época ou da novela histórica? E o dos visitantes de tantas atrações turísticas, museus incluídos, que proliferam pela velha Europa ou pela nova América, baseados no património histórico e arqueológico? A fantasia liberta-nos, enquanto que o tempo que concedemos ao passado nos renova porque recuperamos o “tempo perdido” que desejamos para nós e não para os vis prémios da quotidianidade.

Richards (2001:37) define o conceito de turismo cultural como um “movimento de pessoas para atrações culturais, fora do seu local de residência habitual, com a intenção de reunir novas informações e experiências para satisfazer as suas necessidades culturais”. É assim de notar que a Cultura está permanente na sociedade em que vivemos, existindo uma pressão permanente até mesmo no sector público, para que sejam criadas cada vez mais infraestruturas culturais, que servirão então para “consumo turístico”. Richards (2009) sustenta que atrair turistas culturais é uma das estratégias mais comuns de muitos países e regiões para conservar as suas culturas tradicionais, criar uma imagem cultural e desenvolver novos recursos culturais.

Apresenta-se a seguir um conjunto de definições de turismo cultural, onde Marujo (1995) procurou conseguir a definição do mesmo, mas do ponto de vista de diferentes autores (figura 2.1):

Figura 2.1: Definições de turismo cultural

Autores	Definição/ Descrição
Wood (1984)	“Os exemplos de situações onde o papel da cultura é contextual, onde a sua função é formar o turista numa situação geral e sem uma perspetiva particular de uma identidade cultural específica”
Smith (1992)	“Abarca o pitoresco ou a cor, os vestígios de uma vida em processo de extinção que permanece na memória humana com as suas casas antiquadas, os seus telhados artesanais, os seus carros...o seu artesanato e trabalhos manuais alheios a todas as técnicas industriais”
Silberberg (1995)	“Aqueles deslocamentos realizados fora do lugar habitual de residência cuja motivação principal ou parcial é o interesse nos aspectos históricos, científicos ou de estilos de vida oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”

Richards (1996)	“O modo como os turistas – aquelas pessoas que viajam fora dos seus locais de residência – consomem a cultura”
McIntosh e Goeldner (1999)	“Todos os aspectos do turismo através dos quais os viajantes aprendem sobre a história e o património de outros ou sobre os seus actuais estilos de vida e formas de pensar”
Prentice (2001)	“Turismo construído, oferecido e consumido explícito ou implicitamente como uma apreciação cultural, quer como experiência quer como um ganho de conhecimento”.
Beni (2003)	“A afluência de turistas a núcleos recetores que oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas, representando a partir do património e do acervo cultural, encontrado nas ruínas, nos monumentos, nos museus e nas obras de arte”
McKercher e Cros (2002)	“O turismo cultural é definido como uma forma de turismo que se baseia nos bens culturais de um destino e os transforma em produtos que podem ser consumidos por turistas”.
Smith (2003)	“O turismo cultural é o envolvimento passivo, ativo e interativo com as culturas e comunidades, através do qual o visitante ganha novas experiências de carácter educativo, criativo e divertido”
Craik (2003)	“Excursões frequentes a outras culturas e lugares para aprender acerca dos seus povos, estilos de vida, património e artes, representantes genuínos dessas culturas e dos seus contextos históricos”
Petroman et al (2013)	“Refere-se às formas de arte (cultura) na área urbana e rural de uma região ou país, e define-se como um movimento de pessoas para as atrações culturais longe do seu local de residência habitual com o objetivo de assimilar informações e experiências culturais”.
Marujo et al (2013)	“O turismo cultural caracteriza-se pela motivação do turista em conhecer e vivenciar lugares onde o seu alicerce está baseado na história de uma determinada sociedade”.

Fonte: citações de Marujo (2015:11)

2.1. Eventos e Turismo de Eventos

A palavra *Eventos* parece por vezes fundir-se um pouco com a sociedade em si. Havendo sociedade, os eventos terão que existir, ou não fará sentido uma sociedade em que os mesmos não estejam presentes. Assim, a palavra *evento* poderá sempre remeter para diferentes ideias, sejam elas associadas a festas, reuniões, convívios, comemorações, encontros desportivos, entre outros. Independentemente do objetivo do evento em si, a quebra da rotina do dia-a-dia será sempre garantida com o “evento”.

Matias (2002) sustenta que foi, no século XX, que houve um impulsionamento dos eventos, passando estes a serem essencialmente encarados com motor de desenvolvimentos económico e social, neste contexto, passaram a ter especial destaque os macro e megaeventos, como os Jogos Olímpicos e o Mundial de Futebol.

De acordo com Getz (1997), um dos autores que mais se tem dedicado ao estudo da problemática dos eventos,

...eventos são acontecimentos temporários com uma duração pré-definida e devidamente divulgada (...) Cada evento proporciona uma experiência única, num ambiente único, criados através da combinação de fatores como a duração, as características do lugar, elementos da sua gestão (programa pessoal envolvido, design...) e públicos (Getz, 1997:4).

A realidade com que nos deparamos nos nossos dias, apresenta-nos uma oferta constante de eventos, os quais geram receita económica para quem os organiza e prazer experiencial para quem os vivencia. Naturalmente, estes eventos devem ser objeto de uma gestão muito cuidadosa assente num exercício de planeamento rigoroso, de modo a evitarem-se situações de sobreposição ou demasiada proximidade de uns eventos relativamente a outros

Mair e Whitford (2013) citando Derret (2004) concluem que os eventos fornecem momentos importantes para determinadas ocasiões e celebrações que são marcos nas nossas vidas pessoais e públicas, fazendo com que os eventos comemorativos sejam como um elixir.

Um dos autores de referência em estudos deste género, Getz, refere que

...events are temporary occurrences, either planned or unplanned. They have a finite length, and for planned events this is usually fixed and publicized. People know and expect that events end, and this fact provides a major part of their appeal. When it is over, you cannot experience it again. True, many events are periodic, but each one has a unique ambience created by the combination of its length, setting, management (i.e., its program, staffing, and design), and those in attendance (Getz, 1997:4).

Na perspectiva de Neto

...(eventos) são atividades de entretenimento, com grande valor social, cultural e, sobretudo, histórico. Suas atividades constituem um verdadeiro mix de marketing, entretenimento, lazer, artes e negócios. Tal a sua importância no contexto social, cultural, económico e político da cidade e região, e em alguns casos até mesmo do país, podemos denomina-los de agente do património histórico-cultural (Neto, 2007:112).

Guerreiro et al (2011) referem Richards (2002) por este afirmar que os eventos culturais incluem “artefactos” do passado (“património turístico”) mas também a produção cultural contemporânea (“turismo de artes”).

No entanto Getz é ainda da opinião de que “Event tourism” was a new term in the 1980s, but it has become firmly established as a major component of special interest tourism and a significant ingredient in destination and place marketing strategies (...) events help meet many social, economic, cultural, and environmental roles, most communities and destinations are already involved” (Getz, 1997:2)

Já Marujo (2014:26) afirma que “os eventos exercem, na atualidade, um papel fundamental no contexto social, cultural, político e económico de um país ou de uma região. É muitas vezes através dos eventos que as organizações promotoras do turismo promovem o seu destino turístico.” O que vai ao encontro do que diz Getz (2008) quando refere que pode existir aqui um rápido crescimento em que os turistas constituem um mercado potencial para estes eventos planeados, onde a indústria do turismo se tornou uma parte interessada e vital no seu sucesso e atratividade.

Ribeiro et al (2006) afirmam que realizar eventos pode ser visto como uma estratégia de diversificação da oferta turística dos locais, com o objetivo de captar novos segmentos da procura ao mesmo tempo que se renova o interesse dos visitantes já habituais. Em muitas sociedades, o turismo de eventos destaca-se, cada vez mais, como uma tendência promissora que gera movimento económico e social para o lugar onde se insere. Por outro lado, o planeamento e organização de eventos surgem como uma ‘arma’ para combater a sazonalidade turística de muitos destinos (Marujo, 2014).

Assim, os eventos são nos dias de hoje, cada vez mais uma ferramenta para dar a conhecer e promover os lugares, valorizando a sua imagem. Será assim valorizada, ou até mesmo criada a imagem, que se pretende, positiva para aquele lugar.

A oferta de eventos está a atravessar uma fase de grande desenvolvimento, principalmente no que diz respeito aos que se relacionam com a área do turismo. Os eventos pretendem proporcionar a possibilidade de conseguir juntar num mesmo espaço pessoas com diferentes ideais, objetivos, interesses ou expectativas, vivendo e partilhando experiências. Pois,

...o evento tem características de um produto – deve ser inovador, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, ser acessível a um grande número de pessoas, possuir um nome de fácil memorização e um forte apelo promocional. O bom evento é algo inusitado, inovador e desafiante, Uma oportunidade de vivenciar algo realmente diferente, pois somente desta forma o público vai dele participar (Neto, 1999:20).

Giacaglia (2003) vai ao encontro da opinião de Neto, ao definir evento como “acontecimento” ou “sucesso”, que tem como objetivo principal o poder proporcionar ocasiões extraordinárias de encontros de pessoas que se juntaram com a finalidade específica de vivenciarem uma experiência sempre relacionada com o tema principal em torno do qual se estrutura o evento. Neto (1999) acrescenta ainda que o evento é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivências emotivas. O público, ao participar num evento, busca distração, sucesso, emoção, beleza e novidade. Getz (2008:404) apresenta uma tipologia de eventos que, tendo em conta a sua natureza e propósito, pode ser dividida em oito categorias (figura 2.2).

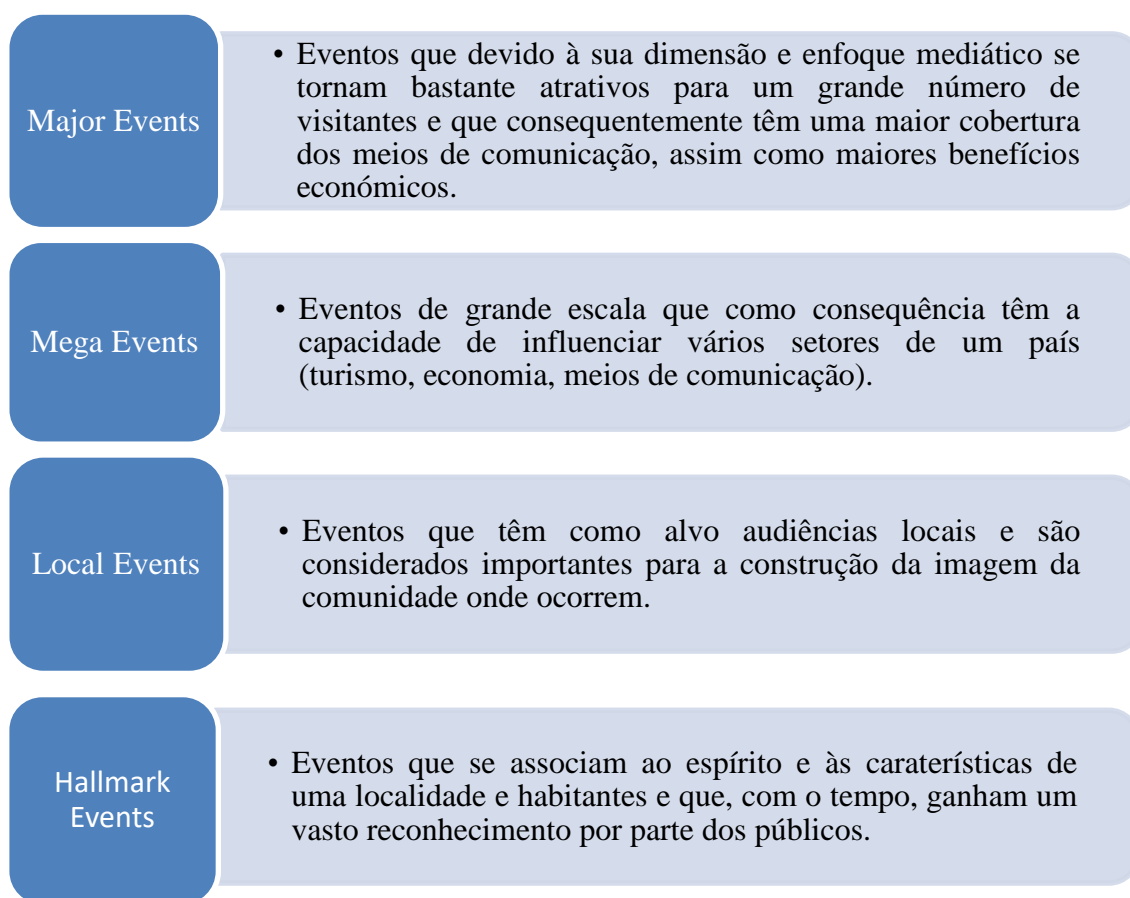
Figura 2.2: Tipologia de eventos



Fonte: Adapt. Getz (2008:404)

Partindo da tipologia de eventos apresentada no esquema anterior, Getz (2008) apresenta as quatro principais tipologias de eventos com maior ênfase em contexto turístico (figura 2.3).

Figura 2.3: Uma tipologia de eventos



Fonte: adapt. Getz (2008)

2.2. Festivais

A palavra *Festival* pode remeter-nos para uma variedade imensa de temáticas. Existem festivais que estão direcionados para determinada forma de arte, nomeadamente festivais de música ou de poesia. Outros poderão incluir um sem número de combinações de formas de arte diferentes e que se podem complementar entre si. A diversidade pode ser tão grande, que muitas vezes parece que a única coisa que terão em comum é a própria palavra *Festival* e nada mais. Será de referir que, independentemente da sua temática, e para além da palavra *Festival*, todos parecem apresentar uma característica comum: a intensidade com que são vividos e a dedicação que cada produção entrega ao “seu festival”, com objetivos muito bem delimitados.

Os festivais são vistos como momentos excitantes em que os seus visitantes podem usufruir de momentos de lazer, de fuga à rotina. São performances verdadeiras que têm como objetivo levar a que os seus visitantes entrem no “espírito” do festival. Getz e Cheyne (2002:148) citam Falassi (1981) quando este afirma que ...

...observed that festivals begin with a valorization (or sacralization) of the setting, a ritual which modifies the usual and daily function of the place. Any number of rites will follow, including rites of purification, of passage, ritual dramas, rites of exchange and competitions. When the event is over, a devalorization ritual is commonly performed. Thus the festival-goer is tangibly and emotionally freed from routine and enters willingly and with anticipation into a temporally and spatially special environment.

Na mesma perspetiva, Mendiratta (2010) defende que

seja para celebrar as épocas da vida, ou as tradições e religiões dos tempos antigos e modernos, os festivais juntam as pessoas para partilharem quem são e no que acreditam, do que gostam, do que estão agradecidas, o que faz delas uma comunidade orgulhosamente coesa. Que melhor altura para convidar o mundo a desfrutar de um destino do que uma altura de festival? (Mendiratta, 2010: 2)

Os festivais são uma das mais comuns formas de celebração cultural, muitos deles já com uma longa tradição (Getz,1997). É bastante comum um único festival englobar vários elementos comemorativos, de animação e entretenimento.

Mas podem aqui separar-se os festivais de âmbito nacional, e os festivais de âmbito internacional. Os festivais de âmbito nacional realizam-se em determinado lugar, e recorrem a equipas nacionais, os festivais de âmbito internacional requerem a participação de equipas estrangeiras, mas ambos reúnem estratégias que pretendem divulgar o património ou desenvolver o turismo, tendo sempre como base o poder usufruir da cultura em prol da economia do local.

2.3. Marketing de Eventos

O Turismo procura desenvolver e implementar estratégias que mantenham os lugares vivos, diversificando o potencial específico de cada localidade ou região. Neste sentido, admite-se que o turismo possa contribuir para a criação de novos interesses e temáticas, utilizando os eventos e festivais como ferramentas de suporte da sua estruturação. Neste sentido, admite-se que o turismo possa contribuir para a criação de novos interesses e temáticas, utilizando os eventos e festivais como ferramentas de suporte da sua estruturação. Poderão então existir interesses diversificados que podem ser também eles transformados em eventos, aproveitando o potencial do local onde será desenvolvido o mesmo, podendo incorporar situações de rotinas em produtos turísticos.

Será então imprescindível que exista um profundo conhecimento dos vários tipos de motivações que justificam a atração de visitantes e, naturalmente, um profundo trabalho de gestão dos mesmos.

Marujo (2014) afirma que hoje, é certamente difícil o ser humano visitar uma cidade sem ser confrontado com uma lista impressionante de eventos culturais que concorrem entre si para captarem a atenção dos turistas.

Guerreiro et al (2011) baseando-se em (Kotler & Gertner, 2002) consideram que grandes eventos contribuem para que os lugares criem a sua própria imagem através de estratégias coerentes e integradas.

Será então necessário ter sempre em atenção que o turista pode ter necessidades, ou simplesmente procurar uma razão que lhe dê uma motivação para escolher determinado destino em detrimento de outro.

Guerreiro et al (2011) referindo-se a Nobili (2005) consideram que a organização de eventos traz benefícios para a região, especialmente em termos de reconhecimento, geralmente realizado através de exposição nos meios de comunicação. Os eventos podem constituir uma oportunidade interessante para destinos para se comunicar com uma audiência recetiva.

Getz (1997:250) sustenta que no marketing de eventos é necessário ter em conta que

...vender eventos é o processo de empregar o mix de marketing para atingir metas organizacionais através da criação de valor para os clientes e consumidores. A organização precisa adotar uma orientação de marketing que dê ênfase à formação de relacionamentos mutuamente benéficos e à manutenção de vantagens competitivas (Getz, 1997:250).

Assim, todo o tempo despendido para a planificação que existe por detrás de cada evento, representa uma fase importantíssima para o desenvolvimento operacional do mesmo que acontecerá no futuro. A planificação é a base para o futuro do evento, e envolve diferentes profissionais de diferentes áreas que se complementam entre si.

Santos et al referem que

...um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados e que não deverão ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita, portanto vê-se a sua importância para qualquer atividade, principalmente em eventos onde não podem ocorrer erros, pois não haverá outra oportunidade para corrigi-los (Santos et al, 2010:3)

Neste contexto, Hoyle (2003) argumenta que, nesta fase de planificação, deve ser observada a teoria dos “três E’s” do Marketing.

Descreve os “três E’s” como *Entretenimento, Emoção e Empresa*, lembrando que “A chave do sucesso passa então pela diferenciação e exclusividade que oferecemos a quem se deslocar para assistir ao nosso evento” Hoyle (2003:24), na figura seguinte encontram-se curtas descrições dos “três E’s” de Hoyle (2003):

Figura 2.4: Os três E's do Marketing

Entretenimento	Emoção	Empresa
<ul style="list-style-type: none">• remete-nos para boa disposição, ou seja para as emoções positivas. Sentimentos estes que, seja em casa ou no trabalho fará de cada um, uma pessoa mais realizada, assim será imprescindível que sendo o objetivo o de atrair pessoas seja necessário fazer a passar a mensagem de que existe entretenimento naquele evento.	<ul style="list-style-type: none">• será o termo que mais subjetivo destes três, este “E” parece ao mesmo tempo conseguir estar associado a temperamentos, a ansiedade ou até a personalidade, no entanto curioso será dizer aqui que a palavra Emoção deriva do latim <i>emovere</i>, sendo que o <i>e-</i> (variante de <i>ex-</i>) significa “fora” e <i>emovere</i> significa “movimento”. A emoção parece ir assim, ao encontro do entretenimento, pois as emoções podem ser também elas geradas nesses momentos.	<ul style="list-style-type: none">• leva-nos para todas as equipas que trabalham em função daqueles momentos, em função de tudo o que acontece dentro de um mesmo acontecimento. Hoyle (2003:24) diz-nos neste ponto, que é aqui necessária a disposição para assumir riscos ou tentar algo novo, implicando energia e iniciativa, sendo que todos querem convergir num só objetivo, o sucesso daquele evento.

Fonte: elaboração própria, adapt. Hoyle (2003)

2.4. Experiência Turística e Experiência de Eventos

De acordo com Pine e Gilmore (1999), vive-se numa nova era da economia – a economia das experiências. Geuz et al (2016) afirmam que a satisfação é um resultado experimental que tem sido amplamente pesquisado na gestão e marketing, onde as experiências de lazer são consideradas como experiências de consumo. De acordo com Neto (1999) o evento é uma promessa de entretenimento e lazer, uma expectativa de sucesso e uma certeza de vivências emotivas. O público, ao participar de um evento, busca distração, sucesso, emoção, beleza e novidade.

Mas se de experiência turística se fala, será também importante fazer referência ao “Novo turista”. Um turista que é agora mais informado, e exigente e que tem várias motivações para escolher viver determinada experiência, em detrimento de outras, procura experiências personalizadas, que sejam únicas.

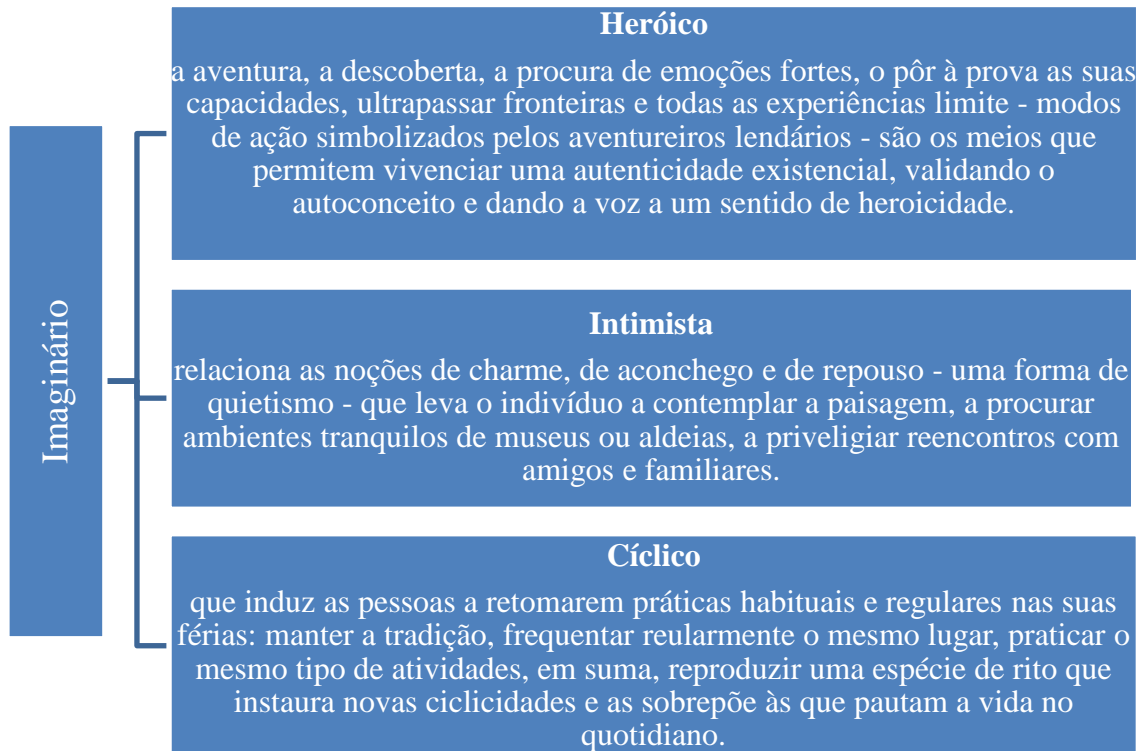
É o que refere Lopes na sua definição de novo turista,

... o “novo turista” constitui um multi-indivíduo, mais informado, mais exigente, mais sofisticado, domina a internet e as tecnologias de informação e comunicação, com uma maior disponibilidade financeira, valoriza a individualidade, a oferta da diversidade e da autenticidade bem como de experiências únicas/personalizadas, enfim, não consome o que lhe oferecem, procura incessantemente o que quer, e aquilo que quer tem que ser único e autêntico (Lopes, 2010:89).

Santos (2002) refere que o imaginário é impulsionado por imagens que vão formando um universo de possíveis definições da viagem. Estas imagens que são previamente formadas pelos turistas acontecem a partir de narrativas de outros turistas que já estiveram previamente nesses destinos ou que assistiram a determinados eventos. Constata-se assim que existe uma projeção seletiva das imagens do destino, o que vai ao encontro do que salienta Lopes (2010:93) ao considerar que a viagem “é a fruição e a confirmação de um conhecimento previamente adquirido, é a constatação sensorial daquilo que foi previamente imaginado”. Será então de questionar ou comparar o conhecimento que o turista tinha antes da experiência, e o que desenvolve após a experiência, as memórias que levará e que partilhará no seu quotidiano.

Amirou (1995) apresenta três dimensões do imaginário turístico

Figura 2.5: As Três dimensões do Imaginário Turístico



Fonte: elaboração própria, baseado em Amirou (1995)

O mesmo autor caracteriza a experiência turística em três tempos: a partida, a estada num outro lugar, e o regresso, existindo aqui uma relação tríplice: relação consigo mesmo, relação com os outros, relação com o espaço. O que vai ao encontro do que Beni (2003) refere quando afirma que

“Viajar é abrir novos horizontes, conhecer novas culturas, lugares e paisagens. A viagem rompe a rotina do cotidiano, e revela novos cenários e traz para a vivência dos turistas expectativas sempre surpreendentes. A viagem é um movimento externo e interno ao turista. Externo porque ele desloca-se no espaço físico e no tempo. Interno porque seu imaginário segue na frente, instigando a intelectualidade e o emocional, preparando-o para viver o inusitado em experiências únicas na revelação do desconhecido e do diferente. A viagem exerce no turista muitas influências, eis que no aspeto subjetivo liberará o conteúdo de seus sonhos, seus desejos, sua imaginação projetiva e aumentará suas experiências existenciais. Faz-se necessário então pela pesquisa e interpretação do diferencial turístico estimular a atenção, o olhar, o sentimento, a emoção, as sensações e

percepções para que o turista possa experienciar o antes até então ignorado” (Beni, 2003:295).

Amirou (2007) relaciona três conceitos:

Figura 2.6: Conceitos relacionados com a Viagem



Fonte: elaboração própria, baseado em Amirou (2007)

Durante a vivência de determinada experiência, há fatores importantes a ter em conta, nomeadamente os residentes do lugar onde decorre o evento do sítio onde acontece determinado evento-experiência. Os residentes habituais da localidade procurada para determinada experiência, farão parte integrante dessa mesma experiência, como refere Carmichael (2006:102) “local residents in host communities are an integral part of the tourism experience, influence its quality, and, as consequence, impact on the tourists’ “quality of life”. Geuz et al (2016) salientam ainda que as experiências de eventos são vistas como um processo, em que quando estiverem reunidas todas as condições, a experiência acontecerá com múltiplos resultados. Poderá então essa experiência ser cognitiva ou uma experiência de sensações.

Amirou (2007) sustenta que a viagem começa por ser imaginada, depois é vivida, e finalmente, no regresso, é contada, comentada e ilustrada com fotografias, imagens ou folhetos e recordações.

Dias é da mesma opinião e descreve os diferentes momentos da viagem afirmando que:

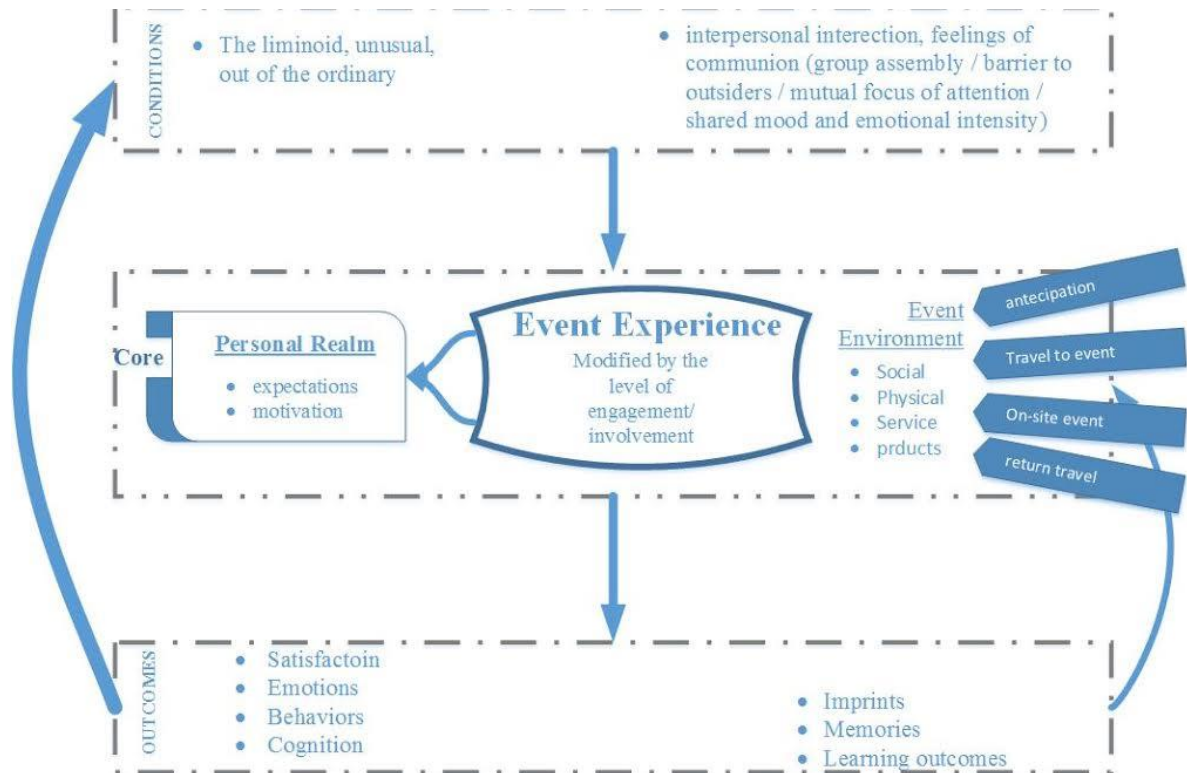
...Ainda antes da partida, a viagem é imaginada (a partir de imagens, relatos, histórias recentes ou antigas, sites de internet, etc.) pois ninguém parte rumo a um local totalmente desconhecido. Num segundo momento, a viagem é vivida in loco, mas sempre sob a influência de mediadores simbólicos, como a literatura de acompanhamento especialmente os guias de viagem, os guias intérpretes profissionais u informais, etc. que sinalizam o espaço (...). Finalmente, após o regresso, a viagem é “digerida”, relatada, comentada e ilustrada por vídeos ou fotos, em sessões informais de partilha de impressões, permitindo uma experiência de viagem vicária (imaginada sonhada) a alguém que não viveu in loco a experiência real da viagem (Dias, 2009:18).

Percebendo-se aqui, que os autores são da mesma opinião, de que a viagem não é apenas o momento em que se desfruta da mesma, mas sim tudo aquilo que existe antes, durante e depois da mesma ter acontecido. Amirou sustenta ainda que

...quanto mais aventureira é a viagem, maior é o trabalho de imaginação antes da partida: mais do que descoberta, a viagem é a prossecução de um sonho, a promessa de mudar literalmente o mundo, de regressar guarnecido e diferente: é a promessa de um novo nascimento (Amirou, 2007:46).

Geuz, Richards e Toepoel (2016) realçam vários pontos que se relacionam com a experiência enquanto evento. Através da figura 2.7, é possível perceber que também para estes autores a experiência do evento não é apenas o momento em que decorre. Existe um antes em que existem expetativas e motivações, e existe um depois em que ficam as memórias e, eventualmente, a vontade de voltar.

Figura 2.7: Um modelo conceptual da experiência enquanto evento



Fonte: adaptado de Geus, Richards e Toepoel (2016)

2.5. Cidade, um palco para os eventos e para as experiências

A era da globalização exerce influências profundas nos fatores económicos, sociais e culturais de uma determinada população. O grande fluxo de informações obtidas por meio de programas televisivos e, principalmente, pela Internet, exerce influência em alguns hábitos humanos. Entretanto, elementos da cultura local perduram ainda com a população, promovendo, assim, a diferenciação entre as culturas existentes. Zubiria Samper, et al. (1998) alertam para o facto de o circuito cultural formado pelo território histórico, que inclui conhecimentos, hábitos e experiências organizadas (regionais e nacionais) continua a ser totalmente diluída pela globalização. Estreitamento e simultaneidade de informação não significa que seja necessário eliminar as diferenças culturais. Para que isto não aconteça é imprescindível que as políticas culturais, locais e regionais desempenhem um papel fundamental nos desafios que a Globalização coloca.

Prista (2013) considera que existe uma necessidade de pensar o turismo na construção de um sentido de lugar, pois as percepções sociais sobre o património e o turismo fundem-se com as representações do passado, afirmando ainda que é imprescindível a construção do turismo como tradição local e prova da distinção cultural e social do lugar.

Guerreiro et al (2011) afirmam que a importância da imagem de destino é universalmente reconhecida, e que a percepção que existe e a sua dinâmica vão influenciar as escolhas dos turistas. A imagem dos destinos é transmitida e percebida antes, durante e depois de uma estadia.

Rodrigues e Kastenholtz (2010:721) baseando-se em Russel e Lanius (1984) defendem que

...um ambiente é avaliado não só pelas suas qualidades físicas ou objetivas mas também afetivas, isto é, se é avaliado como aborrecido, excitante ou calmo, independentemente da familiaridade com o local. A avaliação afetiva sentida perante lugares e ambientes assume um papel muito importante na escolha dos locais visitados e do comportamento demonstrado nos mesmos (Rodrigues e Kastenholtz, 2010:721)

O Turismo pode ser visto como todo um processo em que, cada vez mais, os eventos fazem parte das estratégias para valorizar os lugares, transformando aquele destino num sítio mais atrativo para os turistas, e fazendo com que o mesmo seja mais atrativo do que lugares/concelhos vizinhos. Existindo aqui, uma estratégia de marketing que tem como objetivo propiciar um palco onde o evento se realize e consubstancie. Não esquecendo que para isso é preciso que seja sempre lembrado pelas equipas de organização a inovação cultural utilizando pilares de desenvolvimento como por exemplo a criatividade turística:

...a inovação cultural deve colocar-se ao serviço da “criatividade turística” e converter-se num novo pilar de desenvolvimento. Converter o património arquitetónico e urbanístico em recurso turístico requer estratégias globais que tomem em consideração dimensões económicas, urbanísticas, sociais e que envolvam o meio ambiente (Henriques, 2003:195).

Richards e Palmer (2010), introduzem na literatura o conceito de Eventfull, argumentando que as cidades de hoje em dia enfrentam duas opções: Desenvolvem-se

para que possam corresponder aos desafios criados pelo ritmo da mudança global; ou não se desenvolvem e continuam a resistir ao impulso para que haja uma transformação acabando por estagnar.

Mas em tempos cada vez mais competitivos a todos os níveis, é imprescindível que para que exista um equilíbrio as cidades se mantenham competitivas, utilizando estratégias que passam por utilizar os seus recursos, espaços, histórias, energias e produções criativas, fazendo-se sempre mostrar como local a visitar. Richards e Palmer referem assim que

...Pressures of globalisation and problems caused by economic restructuring, as well as the need to establish new civic identities, have prompted cities to utilise ‘cultural’ assets and resources in an attempt to become distinctive, to regenerate the urban fabric and to create economic, social and cultural prosperity. The creation and promotion of events such as festivals, shows, exhibitions, fairs and championships, have become a critical component of urban development strategy across the globe. No city believes it is too small or too complex to enter the market of planning and producing events. (Richards e Palmer, 2010:44).

Cada cidade terá os seus pontos fortes que serão encontrados, avaliados e trabalhados em função das suas próprias capacidades de oferta. Dependendo de que tipo de local se trata, rural, urbano, na serra ou junto ao mar.

...urban promotion, as represented in advertising and tourist materials, contains both enduring and cyclical elements. Casting far back into history, the excitement, bustle, heightening of the senses, and safety of the city’s centre are typically established. Such characteristics are maintained regardless of the particular iconography of the place which may be contemporary or historic, populist or elitist, depending on the prevailing political climate and the market being sought (Brownill 1997:154).

Como refere Castelli (1996) fará parte das obrigações da equipa de marketing de qualquer local ligado ao Turismo, participar ativamente nos acontecimentos que promovem o local,

inteirando-se dos conhecimentos já conquistados em determinada área, para poder então fundamentar todas as iniciativas e práticas adotadas para cada uma das situações. Esta equipa de marketing deve ser formada por pessoas abertas e atentas a todas as oportunidades que aparecerem no mercado, fazendo com que o conhecimento de outros ajude também a melhorar os serviços de que disponibiliza, aproveitando assim para enriquecer o seu conhecimento ao nível do marketing turístico.

Sampaio (2013) afirma que é ao nível do local que se encontram as marcas das mobilidades que, apesar de transitórias, não deixam de largar lastro, desse modo tornando visível a vasta dinâmica dos lugares turísticos”

Amirou (1995) sustenta que existe uma diferença entre espaço do turista e espaço do turismo. Enquanto este último nos é exterior e materialmente acessível, o espaço do turista é «interior» ao sujeito que viaja, quer se trate de um indivíduo ou de uma coletividade, e só pode ser induzido a partir de indícios disseminados num “discurso global” relativo às nossas deambulações

A cidade, enquanto organização cultural, produzirá assim receita, partindo da sua própria essência. Bucho afirma que

... se o património se produz também se descobre e se valoriza. É o caso do património arqueológico, com o notável exemplo de Mérida ou de Itálica, em Espanha, ou, para dar um exemplo à nossa dimensão, o caso de Mértola. (...) Mértola investiu também na descoberta do seu património arqueológico, sobretudo a partir de 1980, dispondo hoje de muitos núcleos museológicos e de uma procura turística que não existiria sem aquele investimento cultural. (Bucho, 2010:81)

Nesta citação de Bucho encontra-se referência à vila de Mértola, local onde se situa o objeto de estudo desta dissertação, o festival islâmico.

Já os autores Kotler et al (1995) relembram que os órgãos administrativos de cada lugar são cada vez mais responsáveis pelo seu próprio marketing e têm de encontrar estratégias que lhe permitam obter um lugar de destaque num mercado repleto de concorrentes. Concorrentes ao nível não só da atração de visitantes e residentes, mas também no que se

refere à atração de negócios. Estas estratégias passam por encontrar financiamentos externos, construir fortes e significativas relações entre vendedores e clientes, gerir infraestruturas e promover os seus produtos.

Também Kotler et al (1995) salientam que em pequenas localidades, estas serão estratégias que podem ser bem-sucedidas, fazendo com que a localidade passe então a ser mais reconhecida no mercado. Tendo havido já, casos de sucesso por toda a Europa, de lugares onde foram aplicadas várias estratégias que fizeram com que um bom posicionamento no mercado, superando problemas de dimensão ou localização.

Guerreiro (2012) apresenta uma adaptação de Kotler et al (1999) em que esquematiza a seguinte informação (figura 2.8):

Figura 2.8: Componentes do Marketing de Lugares

Desenho Urbano e Sentido do Lugar	Infra-estruturas e serviços	Atrações	Pessoas
<ul style="list-style-type: none">• Retrato da geografia e cultura locais.	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolvidos numa perspetiva de sustentabilidade social e ambiental.	<ul style="list-style-type: none">• Foco nas atrações que conferem unicidade à cidade, projetando um posicionamento diferenciado e apelativo.	<ul style="list-style-type: none">• A hospitalidade do residente é um atributo tradicionalmente valorizado por parte dos turistas.

Fonte: adaptado de Kotler et al. (1999) cit. In Guerreiro (2012:49)

De acordo com a autora a dimensão operacional do marketing de lugares compreende os seguintes aspetos:

Desenho urbano e sentido de lugar, onde é retratado o estilo de vida e as melhorias a ter em conta, para que se mantenha a qualidade de vida dos residentes utilizando os recursos naturais da região de forma racional.

Infra-estruturas e serviços, que asseguram a qualidade de vida no local de maneira a que seja possível conseguir um desenvolvimento capaz e sereno para todos. É aqui importante realçar que será de ter como estratégia o apostar no desenvolvimento de atrações pensadas e planeadas com o principal objetivo de satisfazer os residentes. E assim contribuir para a melhoria da sua qualidade de vida, mas também para atrair turistas.

Atrações, as atrações devem ser desenhadas, pensadas e planeadas com base em recursos históricos, culturais, recreativos, ou naturais e deverá gerar proveitos comerciais e económicos, mas também sociais e culturais.

Pessoas, que são parte integrante dos lugares, pois os seus residentes são quem recebe os turistas. São as pessoas que criam a imagem hospitaleira do lugar. Serão então as pessoas o primeiro motivo para que seja possível atrair novas empresas, investimentos e naturalmente, visitantes.

CAPÍTULO III - MÉRTOLA E O SEU FESTIVAL

“eu aprendi quando era miúdo a entrar no quadro e a passear lá dentro”

Kandinsky

3. Caraterização do território

3.1. Mértola

O Baixo Alentejo, uma das 18 regiões portuguesas, tem como capital de distrito a cidade de Beja. Do distrito de Beja, fazem parte catorze municípios.

Mértola é a Sede do sexto município mais extenso de Portugal, e está envolto numa área de cerca de 1 279,40 km² que estão distribuídos pelas suas (atualmente) sete freguesias, segundo o Instituto Nacional de Estatística (2011) apresenta um total de 7274 habitantes, sendo a sua densidade populacional de 5,6 hb/km². O município é limitado a Norte pelos municípios de Beja e de Serpa, a Leste por Espanha, a Oeste por Almodôvar e por Castro Verde. A Sul é limitado pelo concelho de Alcoutim, sendo que Alcoutim é um município pertencente ao Algarve.



Imagem 1: Como chegar a Mértola
Fonte: Festival Islâmico de Mértola (2015)

O Rio Guadiana parece ser quase a pedra basilar desta terra, sendo este muitas vezes o foco seja a nível cultural, seja a nível natural. Mértola é reconhecida pela rede portuguesa de Museus, pois apresenta um conjunto de núcleos museológicos temáticos variado, sendo de realçar que a frase “Mértola, Vila Museu” está ligada e permanece associada a esta vila, há muitos anos. Temos em Mértola, uma Vila conhecida falada e procurada por muitos e por diferentes razões, que variam entre o Turismo Rural, Caça, Desportos Náuticos (no rio Guadiana), participação em eventos, Património, entre outros. Mértola tem apostado em encontrar estratégias que contemplem experiências únicas e memoráveis para os seus visitantes, mas também para aqueles que são residentes no concelho de Mértola. Fazendo assim com que se procure a construção de uma relação de envolvimento, transformando os seus visitantes de um momento, em futuros visitantes da Vila de Mértola, procurando assim conseguir o crescer dos interesses para com esta pequena Vila.

3.1.1. Uma vila com história

Conhecida como Mértola Vila Museu, esta vila alentejana mantém uma profunda relação histórica com o rio Guadiana que sempre lhe deu significado. O rio Guadiana foi fator determinante para que Mértola tivesse este local para sua existência, devido às excecionais condições estratégicas defensivas e de navegação, pois são cerca de 70 km pelo rio, entre Mértola e o Algarve.

Com uma vasta investigação arqueológica, é fácil constatar a existência, desde a Idade do Ferro, da existência de Povos que utilizaram este promontório rochoso como património fortificado, sendo fácil de observar aquelas que são ainda hoje as muralhas da Vila.

Procurada com bastante regularidade por visitas de estudo com alunos de todo o país, encontramos em Mértola vestígios de todas as épocas que testemunham o seu passado e a sua história. O Património edificado desta Vila, conta com vários pontos que poderíamos aqui referir em várias e longas páginas, vamos assim selecionar apenas os mais falados pontos de referência desta vila, informação que recolhemos no sítio da Câmara Municipal de Mértola, nomeadamente (Tabela 3.1):

Tabela 3.1: Pontos de referência em Mértola

Pontos de referência em Mértola	
Castelo de Mértola	Assente em estruturas muito antigas o Castelo de Mértola foi edificado já em época cristã, tendo ao longo da História sido alvo de muitas transformações e obras de recuperação. A Torre de Menagem construída em 1292 por ordem de Dom João Fernandes, Mestre da Ordem de Santiago, alberga um núcleo museológico e é um local privilegiado para observação da vila e do território envolvente. Está classificado como monumento nacional desde 1943.
Igreja Matriz de Mértola	A mesquita data do Séc. XII tendo a sua construção incorporado elementos de construções anteriores, nomeadamente de época romana. Com a reconquista foi consagrada ao culto cristão mantendo a estrutura do antigo templo muçulmano. Só no Séc. XVI, devido ao avançado estado de degradação que o templo apresentava, foi levado a cabo um programa de obras que introduziu algumas transformações: a cobertura que é substituída por um sistema de abóbadas nervuradas e o entaipamento de algumas portas; no exterior, o estilo mudéjar alentejano, reflecte-se nos merlões e pináculos cónicos que adornam o templo. Actualmente ainda se observam vestígios do antigo templo muçulmano como é o caso de quatro portas de arco em ferradura (postas a descoberto pelas obras da DGEMN nos anos cinquenta do Séc. XX) e o mirhab, elemento orientador das preces muçulmanas.
Torre Couraça	Edificada em época romana, a Torre Couraça tem ao longo dos séculos resistido a muitas cheias do Guadiana. Esta edificação permitiu aos habitantes de Mértola o acesso à água e a defesa do porto em períodos de guerra. Está classificado como monumento nacional desde 1910.
Torre do Relógio	Construída em finais do século XVI, princípio do século seguinte, num dos torreões da muralha a Torre do Relógio de Mértola começou, provavelmente, a funcionar em 1593, data inscrita no sino.
Museu Municipal de Mértola	Museu de Mértola tem como âmbito geográfico o Concelho de Mértola e integra 10 núcleos museológicos, 9 na Vila de Mértola e 1 na Mina de S. Domingos. Alguns dos seus núcleos estão implantados em sítios arqueológicos representativos de diversos períodos da História, como é o caso da Casa Romana, da Basílica Paleocristã, da Ermida e Necrópole de S. Sebastião e da Alcáçova. Os restantes núcleos – Arte Islâmica, Arte Sacra, Torre de Menagem, Forja do Ferreiro, Oficina de Tecelagem e Casa do Mineiro, instalados em edifícios recuperados para o efeito, reúnem importantes conjuntos de materiais arqueológicos, procedentes de diversas intervenções arqueológicas levadas a cabo nos últimos trinta anos, de arte sacra e etnográficos, onde se destaca o núcleo representativo da tecelagem tradicional que mantém vivas técnicas ancestrais.

Fonte: Câmara Municipal de Mértola (2015).

A história desta Vila parece estar gravada em todas as paredes das ruas por onde se passa, as próprias pedras dos muros são a história presente nos dias de hoje. Uma história já longa, a desta Vila Islâmica, de onde se destacam as Origens Árabes que servem de base ao estudo exploratório apresentado.

3.1.2. Origens Árabes

Mértola foi uma cidade importante do andaluz Árabe, sendo na altura a base de uma estrutura militar e comercial evoluída, onde inclusive viveram nomes conceituados da intelectualidade islâmica.

Bem junto ao Castelo, encontra-se a estátua de Ibn Qasi, que a cada dois anos parece ser “espetador atento” e em lugar privilegiado do regresso da essência árabe que Mértola respira, o festival islâmico.



Imagem 2: Estátua de Ibn Qasi
Fonte: Câmara Municipal de Mértola (2015)

As ruas estreitas dentro das muralhas, revelam uma oportunidade única de viajar no tempo, e sentir o que era viver na margem direita do Guadiana, com toda a influência islâmica, nos séculos XI e XII.

3.2. O Festival Islâmico de Mértola

O festival Islâmico teve a sua primeira edição no ano de 2001, sendo um evento bienal, teve a sua oitava edição no ano de 2015, entre os dias 21 a 24 de maio de 2015.

O Festival bienal tem no seu ano de pausa, a apresentação para o ano a seguir. Foi no mês de maio de 2014 que o Cineteatro Marques Duque recebeu o espetáculo de apresentação do 8º Festival Islâmico de Mértola, com a participação do Grupo Coral Guadiana de Mértola e Eduardo Ramos – Ensemble Moçárabe. Neste momento foi então divulgado o cartaz da edição de 2015, assim como algumas novidades que estavam já delineadas.

Trata-se de um “Projeto de génese vincadamente patrimonial e cultural assente num trabalho de prolongada investigação arqueológica levada a cabo pela equipa do Campo Arqueológico de Mértola, o evento é uma iniciativa de organização multi-institucional que procura evocar e preservar a herança do período islâmico no Sul da Península Ibérica.” (Festival Islâmico de Mértola, 2009:8)

Conhecido a nível internacional, o festival islâmico de Mértola, tem no seu Plano estratégico de Ação a base trabalho, que diz que o mesmo “direciona as suas prioridades para a necessidade de enfatizar e reforçar o seu contributo para a sustentabilidade cultural, económica e social do evento, do Concelho e da Região envolvente.” (Festival Islâmico de Mértola, 2009: 14).

Continua a crescer e a receber sempre muitos visitantes e de todas as faixas etárias,

...o festival islâmico de Mértola é uma festa. A cor espalhada pelas ruas, o soar de melodias de outras gentes, os odores de incensos e ervas de cheiro, gente... gentes. Um raro cosmopolitismo invade durante os dias de festa a pacata vila. As calças de ganga e as roupas ocidentais misturam-se com as djellaba, as kamiss e o hijab. Os sabores de outras comidas mostram as similitudes numa cozinha que é o Mediterrâneo e que pouco a pouco a Europa dos hambúrgueres começa descobrir e a saber gostar. A vila amuralhada e iluminada pela Lua cheia ou pelo Sol tórrido, a lembrar este Sul de muitos outros, de repente reacende a memória de muitos mil anos de história que Mértola carrega ligada ao mar, ao comércio, às trocas comerciais, ao seu papel de entreposto numa larga malha de vias de comunicação que aqui não começavam, nem acabavam. Continuavam (Festival Islâmico de Mértola, 2009: 17).

3.2.1. Natureza do Festival

Mértola, vila museu, foi no período islâmico um dos mais importantes assentos populacionais da Península Ibérica, e quando se fala de Mértola, a imagem do Campo Arqueológico é praticamente indissociável da mesma, pois este tem-se dedicado à recolha, tratamento, estudo e musealização do seu importante espólio arqueológico.

Com o objetivo de relembrar o passado de influências islâmicas este festival surgiu na esteira de todo o trabalho de arqueologia e museologia que tem vindo a crescer e a ser divulgado a todo o mundo, nos últimos 30 anos até aos dias de hoje. O festival veio estreitar os laços entre o Sul de Portugal, Espanha e o Norte de Marrocos, sendo que Mértola é vista como um foco importante de cultura islâmica não só em Portugal, mas em toda a Península Ibérica,

Este evento constitui uma oportunidade onde Mértola se encontra com o Mediterrâneo grande espaço Cultural ao qual sempre pertenceu e que molda 2/3 do nosso território nacional. Cria o ambiente apropriado para reconhecer a Cultura Islâmica e envolver diversas comunidades e parceiros de várias regiões e nações do Mediterrâneo tendo como elemento estruturante a Cultura de partilha no contexto de uma partilha de Culturas. (Festival Islâmico de Mértola, 2009: 101)

3.2.2 Propósito do Festival

Este festival, que teve início no ano de 2001, é hoje muito mais do que um simples festival onde existem produtos mediterrânicos à venda. Trata-se de toda uma nova vida que é dada à Vila de Mértola, um recrear de um ambiente habitual noutros tempos em que Mértola era o último porto mediterrânico. Um Município que se esforça sempre por superar as expectativas daqueles que são os consumidores dos nossos dias, não quer nunca ser um mero entretenimento indo ao encontro do que refere Serra (2012)

...o que um consumidor procura é uma experiência total: lazer, ócio, cultura, interação social e educação. A sistemática procura de novas experiências sugere que os gestores do património cultural não devem abdicar de adotar estratégias de diversificação das suas ofertas de produto/serviço ou criar novos mercados (Serra, 2012:87).

Estratégias estas que se baseiam em apresentar uma oferta diversificada de possíveis experiências. Sendo assim possível conhecer e “viver” um pouco de outras realidades, nomeadamente de países como Argélia, Espanha, Marrocos, Tunísia não esquecendo nunca o nosso Portugal. Sabores, sons e outras experiências de Portugal estão também presentes lado a lado com experiências típicas da Terra, nomeadamente queijos e tapeçarias tradicionais, são também possíveis de encontrar no decorrer do festival.

Não esquecendo nunca que apesar dos 3 dias de festival transformarem aquela numa “outra Mértola”, são os residentes da vila e do concelho de Mértola que podem dar a primeira imagem daquele festival, acabam por ser então os “anfitriões” de todo o espetáculo que ali acontece, sendo por isso também importante perceber até que ponto o festival islâmico também é vivido e experienciado pelos residentes. Ferreira (2012) diz-nos que “uma comunidade local envolvida na proteção e promoção da cidade que sinta que a cidade lhe pertence, será um excelente cartão-de-visita para qualquer turista. Um turista bem recebido dará à economia o que ela precisa para a sustentabilidade da cultura” (Ferreira, 2012:100)

Por este motivo também os residentes serão então inquiridos, será sempre importante saber quais os pontos fortes ou fracos que veem neste espaço de tolerância e interculturalidade em que se transforma a “sua” Vila.

Este Festival que acontece a cada dois anos no mês de Maio, tornou-se já num evento procurado a nível internacional, muito divulgado pela comunicação social que divulga e transmite/realiza reportagens focadas neste festival. Chegados a este “patamar” é imprescindível que “...o evento deve ser marcante, cheio de sensações, gerador de emoções para o público” (Neto, 1999:21).

Neste estudo são focadas as emoções e a experiência que podem existir naqueles momentos de festival. PINE e GILMORE (1999:2), referem que:

...when a person buys a service, he purchases a set of intangible activities carried out on his behalf. But when he buys an experience, he pays to spend time enjoying a series of memorable events that a company stages as in a theatrical play – to engage him in a personal way (Pine e Gilmore, 1999:2)

Numa Vila transformada espaço-temporalmente numa experiência mediterrânica será que o município e todas as entidades envolvidas estão a conseguir realmente proporcionar essa experiência a quem entra naquele que à primeira vista parece ser um mundo de cheiros e cores diferentes daquilo a que estamos habituados? Será que essa experiência vai realmente ao encontro do que se pretende? Será que existe ali uma harmonia entre as diversas atividades (workshops, espetáculos, cheiros, cores, língua falada, roupas utilizadas)?

...while the theme forms the Foundation of an experience, the experience must be rendered with indelible impressions. Impressions are the “take-aways” of the experience; the congruent integration of a number of impressions affect the individual and thereby fulfill the theme (Pine e Gilmore, 1999: 52).

Do que se pode observar ao longo destes anos, Mértola tem-se esforçado por melhorar e surpreender pensando principalmente nos seus habitantes e visitantes, sendo imprescindível que a experiência seja sempre focada com toda a sua importância, não querendo nunca que aquele festival caia num simples “mercado árabe”, pretende-se com este estudo perceber se essas experiências são as percebidas por quem visita este espaço de interculturalidade, ou que outras experiências se podem então retirar daquele momento.

Mértola volta a ser uma Medina árabe nestes dias e como refere Neto “...dotados do valor histórico, os eventos representam a memória viva da cidade. São agentes formadores de um novo ethos social. Eventos de sucesso criam novos tipos de relações entre as pessoas, novos jargões linguísticos, palavras de ordem, fomentam paixões, desenvolvem hábitos e costumes e definem novos estilos de ser e viver” (Neto, 2007: 46)

Todo o programa cultural valoriza e tem como prioridade o aprofundar do conhecimento da cultura islâmica, sendo de realçar que esta oitava edição do festival teve como um dos grandes destaques a inauguração da réplica da Casa Islâmica, onde se celebra a união da história, cultura e tradição onde a herança se mostra ser a mesma para todo o Mediterrâneo, unindo assim os povos da península ibérica com os povos do norte de África.

No documento de enquadramento estratégico encontram-se como objetivos específicos deste evento:

1. Dar continuidade ao projeto festival islâmico, firmado em parcerias protocoladas com vários agentes locais, regionais, nacionais e internacionais;
2. Reforçar a imagem de qualidade da marca “Festival Islâmico” como um produto cultural, mas também como um produto turístico;
3. Qualificar o centro histórico de Mértola e o Museu de Mértola com novas atratividades e funcionalidades, de forma a potenciar e diversificar o número de visitantes;
4. Reforçar a potencialidade turística e económica dos recursos patrimoniais locais ligados à herança islâmica através da dinamização de novos programas de

animação vocacionados para públicos e fins diversificados (turísticos, educativos, científicos, e/ou artísticos);

5. Contribuir para o aumento da atratividade regional, particularmente no que se refere ao turismo cultural e patrimonial;
6. Reforçar o papel do património local de herança islâmica como vetor central de desenvolvimento através do lançamento de novas ideias de negócio/emprego em torno da sua valorização e dinamização;
7. Reforçar o papel do festival islâmico como evento impulsionador do diálogo cultural, mas também, económico entre as diferentes comunidades das regiões do al-andaluz e países de cultura muçulmana;
8. Incentivar e proporcionar condições para o desenvolvimento da criatividade, inovação, produção artística, investigação científica, e conhecimento em torno do património cultural de herança islâmica;
9. Criar ou reforçar parcerias locais e externas em torno das questões da salvaguarda, valorização e dinamização do património cultural local de herança islâmica.

(Festival Islâmico de Mértola, 2009)

Para além do Souk:

O Festival centra-se na zona histórica da Vila de Mértola, mas existem outros espaços da vila, ou até mesmo do Concelho onde também se respira festival. Entidades públicas ou particulares organizam outras atividades que vão ao encontro das temáticas que o festival aborda, nomeadamente ao nível da cultura, natureza, do património e da tradição (tabela 3.2):

Tabela 3.2: Atividades que o festival oferece

Atividades que o festival oferece	
Cultural	Decorrem ateliers, apresentações teatrais, conferências, oficinas de dança oriental, ou de, exposições, demonstrações de dança, apresentações de livros, e animações de rua. Sessões de contos, Concertos, dança do ventre, comedores de fogo
Natureza	passeios de barco no Rio Guadiana, caminhadas entre o Pomarão e as Minas de São Domingos, passeios pedestres pelo Pulo do Lobo, Mértola e Corte de Gafo de Baixo.

Património	Várias exposições a decorrer nos vários pontos turísticos: Exposições de cerâmica islâmica de Mértola, exposições de fotografia, exposições de pintura...
Tradição	Cante alentejano; Grupo folclórico; Passeios em barcos tradicionais; Oficinas de Cante alentejano; Gastronomia marroquina dentro ou fora do recinto do festival (os restaurantes típicos aderem também aos pratos tradicionais da comida islâmica).

Fonte: elaboração própria.

As ruas do centro histórico de Mértola ficam cobertas de caniços e panos coloridos, e é nestes espaços de cores que é então recebido o Festival Islâmico na sua essência. O mercado ao ar livre, mais conhecido por Souk (venda de produtos do al-andaluz) renasce naquelas ruas e reproduz o ambiente que se encontra habitualmente nas medinas de Marrocos. O Islão parece “aterrar” em Mértola, num fim de semana longo dezenas de comerciantes, artesãos e artistas vindos da bacia do mediterrâneo sobem até chegarem à Vila Museu que os espera, para que esta Vila possa voltar a ter a envolvência islâmica que faz parte da sua história.



Imagem 3: Ambiente característico de medina

Fonte: Festival Islâmico de Mértola (2015)

Este festival tem como segmentos-alvo:

O público escolar com atividades que vão desde a idade de Creche até à idade de ensino secundário. Sendo de referir que os alunos dos diferentes ciclos escolares, são parceiros deste festival.

Crianças, adultos e seniores residentes ou visitantes;

Interessados e curiosos sobre factos relacionados com história, arquitetura, artes, multiculturalidade.

Todos são bem vindos, e para todos foi criado algo de que possam usufruir.

3.2.3. Os *Stakeholders* locais e as parcerias do Evento

Este evento tem como grande organizador a Câmara Municipal de Mértola, no entanto, tal como referenciado no Plano Estratégico de Ação do Festival, trata-se de um evento que só é possível mediante a aplicação de uma estratégia de ação inter-institucional que pressupõe o estabelecimento de parcerias ativas entre várias entidades locais, regionais, nacionais e internacionais.

Estas parcerias poderão ser de carácter pontual, ou permanente, dependendo do projeto em que possam estar envolvidas.

Encontram-se assim como Parcerias Estratégicas do Festival:

Figura 3.1: Parcerias estratégicas do festival

Locais	Regionais e Nacionais	Internacionais
<ul style="list-style-type: none">• Campo Arqueológico de Mértola• Merturis, Empresa Municipal de turismo• Associação de Defesa do Património de Mértola• ALSUD – Cooperativa de Ensino e Formação do Alentejo, Escola Profissional de Mértola• Agrupamento de Escolas de Mértola• Parque Natural Vale do Guadiana• Clube Náutico de Mértola	<ul style="list-style-type: none">• Comunidade Islâmica Portuguesa• Turismo Alentejo, ERT• Instituto Politécnico de Beja• Universidade de Évora• Universidade do Algarve• Associação Indústria• INATEL	<ul style="list-style-type: none">• Comunidade Islâmica em Espanha• Embaixada de Marrocos• Embaixada da Tunísia• Embaixada do Egipto• Mancomunidade de Municípios da Betúria

Fonte: Festival Islâmico de Mértola, 2009. Elaboração da autora

Numa vila onde não existe qualquer limite para fazer parte viva deste festival, aqui toda a população vive estes dias, indo ao encontro do que refere Zubiria Samper, et al. (1998:34). Agentes e atores numa organização são os que dão vida e estilo: eles são os únicos que devem assegurar a realização de variáveis organizacionais e satisfação das necessidades e aspirações culturais da comunidade ou um grupo social particular.



Imagem 4: Martim como stakeholder

Fonte: Fotografia da autora

A comunicação do festival

A Comunicação do Festival Islâmico tem como objetivos:

- Divulgar o Festival Islâmico de Mértola;
- Aumentar o número de visitantes nacionais;
- Aumentar o número de visitantes estrangeiros;
- Atrair novos públicos para o evento;
- Incentivar a iniciativa privada ligada ao sector do turismo nacional a criar pacotes turísticos que incluam o Festival Islâmico;
- Reforçar a imagem e notoriedade do evento.

Descrição de promoção do Festival:

- Edição gráfica e produção de cartazes e folhetos;
- Edição gráfica e produção de publicidade estática (banners e mupies);
- Publicidade em imprensa escrita (regional e nacional);
- Spot na TV Portuguesa e TV da Andaluzia;
- Promoção em feiras e certames (BTL, Ovibeja, etc.);
- Artigos para oferta;
- Outra publicidade (rádio, outdoors).

Entidades que promovem o Festival:

- Câmara Municipal de Mértola (conteúdos, divulgação);
- Merturis, Empresa Municipal de Turismo (conteúdos, divulgação);

Fonte: Festival Islâmico de Mértola (2015)

CAPÍTULO IV - METODOLOGIA

*"Não te tornes um mero contador de factos passados, tenta penetrar-te no mistério
das tuas origens"*

Ivan Pavlov

4. Abordagem da Investigação

No presente capítulo é descrita a estratégia metodológica através da qual decorreu o estudo empírico. Este estudo exploratório consiste em perceber quais as experiências possíveis de vivenciar no evento Festival Islâmico de Mértola, tratando-se de um estudo exploratório porque como referem Carmo e Ferreira (1998) um estudo exploratório é, como o nome indica, proceder ao reconhecimento de uma dada realidade pouco ou deficientemente estudada.

4.1. Métodos e técnicas de investigação

Quando comparadas a análise quantitativa e a análise qualitativa, talvez tenham como mais fácil explicação e distinção o facto de na análise quantitativa ser o “número de vezes”, o critério utilizado, enquanto que numa análise qualitativa, a noção de importância implica a novidade, o interesse, o valor de um tema (Carmo e Ferreira, 1998). No entanto, Carmo e Ferreira (1998:37) são da opinião de que “a obsessão pelo quantitativo, que decorre da mitificação de toda a informação que integra números, considerando como não científica qualquer investigação de outra natureza”.

Os métodos de investigação, assim como as técnicas de pesquisa vão posteriormente possibilitar análises específicas e que vão ao encontro da metodologia escolhida para a investigação. Como nos indica Almeida e Pinto (1995:85) “As técnicas de investigação são conjuntos de procedimentos bem definidos e transmissíveis, destinados a produzir certos resultados na recolha e tratamento da informação requerida pela atividade de pesquisa.” Flick (2013:17) refere assim que, “O tema da investigação qualitativa engloba diferentes perspetivas de investigação: diferentes nas hipóteses teóricas, no modo de entender o seu objeto e na sua perspetiva metodológica”. Como exemplo de métodos de investigação qualitativa estão as entrevistas, a observação, e a consulta de informação documental. Relembrando que “o núcleo de investigação são as diferentes formas de o indivíduo investir de significado os objetos, acontecimentos, experiências, etc. A reconstituição desses pontos de vista subjetivos torna-se o instrumento de análise das realidades sociais”(Flick, 2013:18).

Segundo Flick (2013) os dados verbais recolhidos para os estudos qualitativos, podem ser destacados como (figura 4.1):

Figura 4.1: Tipos de entrevista

Entrevistas semi-estruturadas	Entrevista Narrativa	Entrevistas e debates de grupo
<ul style="list-style-type: none">• Entrevista Focalizada• Entrevista Semi padronizada• Entrevista centrada no problema• Entrevista especialista• Entrevista etnográfica	<ul style="list-style-type: none">• Entrevista Narrativa• Entrevista de Episódio	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas de grupo• Debates de grupo• Grupos focalizados• Narrativas conjuntas

Fonte: adapt. Flick (2013)

As entrevistas qualitativas normalmente são semiestruturadas e abertas, o que faz com que sejam semelhantes a uma conversa sobre determinado assunto, existindo assim como objeto de análise o mundo humano, o que implica considerar que os factos sociais não são “coisas” e a sociedade não é um organismo natural, mas sim um artefacto humano Guerra (2006).

Este estudo utilizou a entrevista semiestruturada focalizada. As entrevistas semiestruturadas focalizadas foram realizadas individualmente, onde é depois possível comparar as experiências relatadas. Neste tipo de entrevistas, uma das vantagens será o facto de todos os entrevistados terem sido sujeitos ao mesmo tipo de estímulos ou oferta de experiências.

Não esquecendo que este estudo pressupõe uma função exploratória, adquirindo este estatuto porque não existem outros estudos prévios sobre o mesmo tema, optou-se por uma metodologia de índole qualitativa para procurar compreender os fenómenos dos sentidos subjetivos que os atores sociais dão aos fenómenos sociais em análise, não procurando assim, medir os factos.

Dado o desconhecimento do fenómeno estudado, e uma vez que se pretende descobrir as linhas de força pertinentes, Guerra (2006) diz-nos que se existem entrevistas a informadores privilegiados, e sendo garantida a diversidade dos entrevistados, será então de extrema importância que os residentes em questão façam também parte deste estudo. Trata-se de pessoas que, pela sua posição, pela sua ação ou pelas suas responsabilidades,

têm um bom conhecimento do problema (Quivy e Campenhoudt, 1992: 69), por esta razão foram considerados 13 residentes de Mértola para este estudo.

Análise documental

Tratando-se de um estudo exploratório, foi efetuada em primeiro lugar uma análise documental. Uma pesquisa exploratória, implica então que exista levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que experienciaram o festival. O facto de ser um estudo exploratório fez com que a informalidade e a flexibilidade fossem o primeiro contato com a população a quem foram solicitadas as entrevistas, existindo assim na fase exploratória do estudo algumas conversas informais das quais não foram retirados quaisquer registos.

A presente investigação apresenta-se como uma investigação qualitativa, pois tem por base técnicas de dados descritivas e a análise cuidadosa dos mesmos, com o objetivo de compreender as experiências possíveis partindo dos pontos de vista dos entrevistados:

...in the emerging experience economy, companies must realize that they make memories, not goods, and create the stage for generating greater economic value, not deliver services. It is time to get your act together, for goods and services are no longer enough. Customers now want experiences, and they're willing to pay admission for them. There's new work, and only those who perform that work so as truly engage their guests will succeed in this new economy (Pine & Gilmore, 1999: 100).

O guião das entrevistas semi-estruturadas a residentes e visitantes do festival islâmico, baseou-se no estudo que Ziakas e Boukas (2013) desenvolveram no carnaval de Limassol, no Chipre.

4.2. Procedimentos de recolha de informação

Deu-se conhecimento ao Presidente da Câmara Municipal de Mértola, dos objetivos do estudo e solicitou-se um espaço apropriado para a realização das entrevistas aos visitantes.

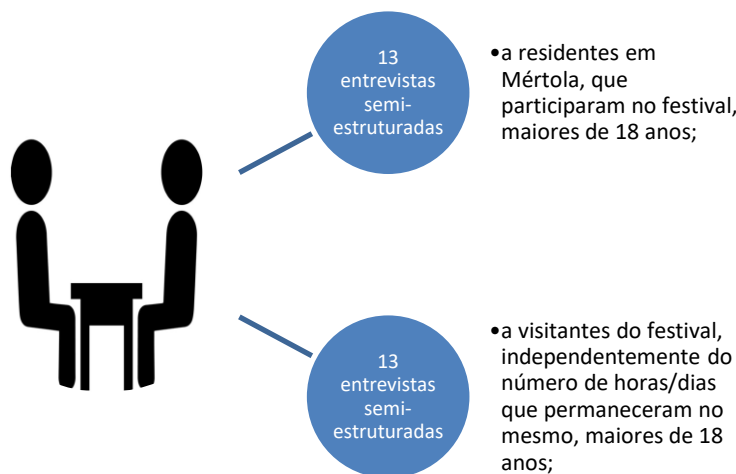
Após a aprovação do estudo pelo Presidente da Câmara Municipal, deu-se início ao processo da recolha de dados juntos de visitantes, o que decorreu então entre sexta-feira e domingo (do segundo ao último dia do festival). Os Visitantes foram abordados na rua,

vindos do recinto do festival, e foi-lhes solicitado que acompanhassem o entrevistador até ao espaço do Secretariado do festival, espaço este que a Câmara Municipal havia previamente disponibilizado para este efeito.

Uma vez que os Residentes a entrevistar se encontravam envolvidos na própria produção do Festival, as entrevistas aos Residentes decorreram na primeira semana de junho de 2015. Todas as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas.

A ambos os grupos foi explicado o objetivo do estudo e das entrevistas. Alguns dos entrevistados mostraram-se um pouco reticentes no que se referiu à gravação da entrevista, o que foi facilmente ultrapassado depois de o entrevistador garantir que a gravação seria apenas utilizada para a transcrição da entrevista.

4.3. População e amostra



Rodrigues (2015) refere que existem três tipos de amostragem propositada: a variação máxima, a variação fenomenal e a variação teórica. Nesta dissertação os entrevistados foram selecionados através da variação fenomenal que apresenta como objetivo principal a existência de uma variedade representativa dos entrevistados, sendo que todos contribuem para um melhor conhecimento deste estudo, mas ao mesmo tempo haverá a possibilidade de serem conhecidos diferentes pontos de vista.

Guerra (2006) salienta que seria de importância extrema que cada estudo deve apresentar entrevistas a informadores privilegiados, diversificando o mais possível os interlocutores,

o que se revela aqui nas entrevistas dos treze residentes, que foram selecionados por serem considerados pelo entrevistador como líderes de opinião da Sociedade Civil, tratando-se assim de uma amostra por escolha racional, o que significa que os participantes são escolhidos por terem uma ou mais características específicas

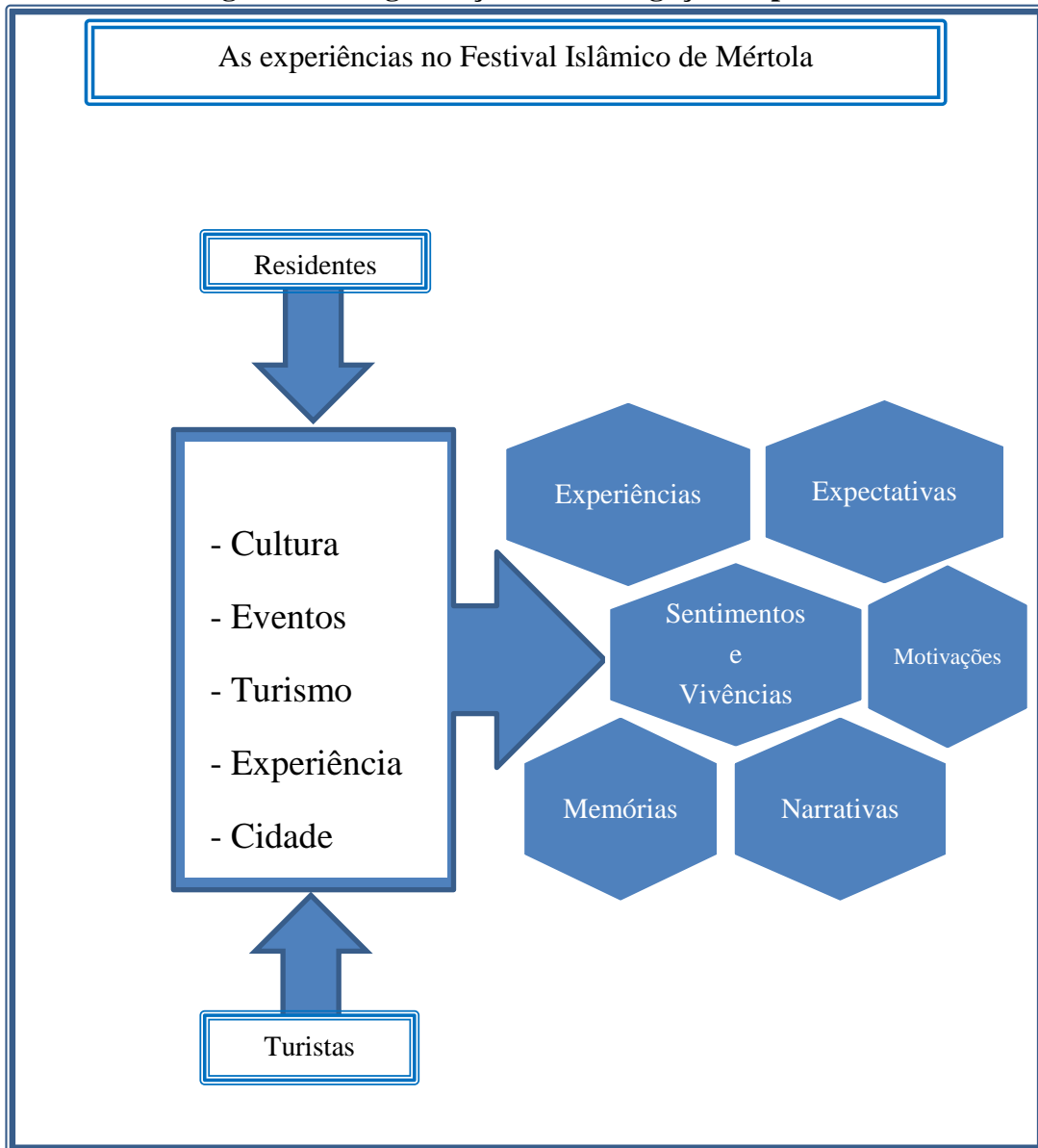
Os treze visitantes foram selecionados como Amostra por saturação que pretende atingir rapidamente a saturação e é geralmente aplicada em problemáticas não muito complexas e relativamente restritas. Em que a finalidade é combinar a amostra por contraste e homogeneização (Guerra, 2006)

Foi aplicado o Critério da Saturação, quando chegámos à entrevista número treze, uma vez que em todas as entrevistas a opinião de base coincidia a todos e ia ao encontro das outras entrevistas realizadas anteriormente, não se encontrando nenhum novo tema que justificasse uma nova categorização.

4.4. Construção do guião

Partindo da revisão da literatura, foram identificados os conceitos fundamentais do presente estudo: Cidade, Cultura, Eventos, Experiências e Turismo. Com base nestes conceitos e no estudo de Ziakas e Boukas (2013) foi desenhada a estratégia de investigação empírica: perspectivas de residentes e de turistas relativamente às suas experiências vividas no festival islâmico de Mértola. Esta análise assente em entrevistas exploratórias incidiu conceitos como as expetativas, motivações, sentimentos e vivências, memórias, narrativas de experiências do evento (figura 4.2)

Figura 4.2: Organização da investigação empírica

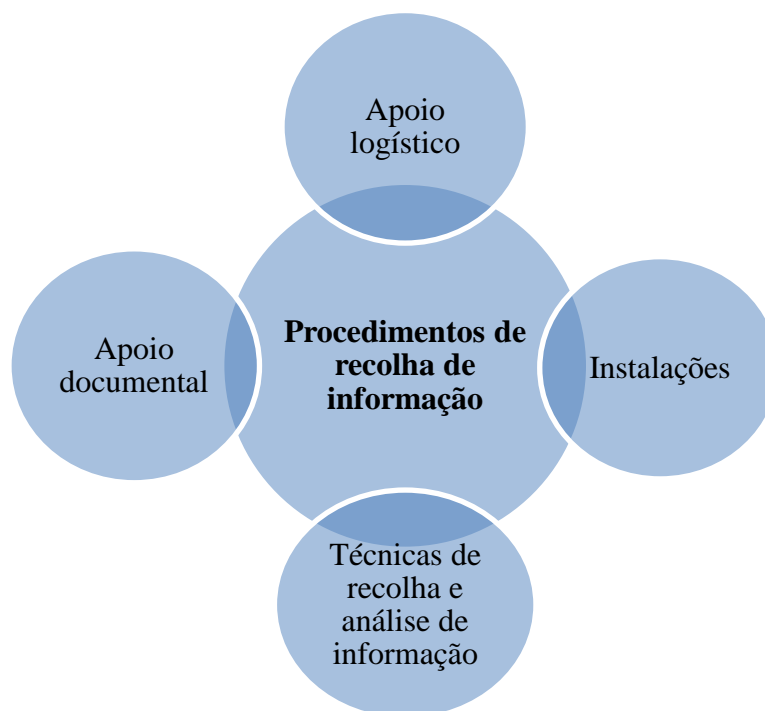


Fonte: elaboração própria

4.5. Fases dos procedimentos de recolha da informação

Os procedimentos de recolha de informação passaram pelas seguintes fases:

Figura 4.3: Procedimentos de recolha de informação



Fonte: elaboração própria

Apoio logístico

Foi realizada uma primeira abordagem ao Vice-presidente da CMM-Vereador da Cultura, e seguidamente ao Presidente da CMM, através de correio eletrónico, que rapidamente mostrou toda a disponibilidade por parte dos serviços para facilitar a realização do estudo.

Apoio documental

Na Biblioteca Municipal, foram consultados dossiers de arquivo onde constam todos os artigos de imprensa que se referem ao Festival Islâmico, nas suas várias edições. Foram ainda solicitados ao vereador da cultura outros dados relacionados com o festival.

Instalações

As entrevistas aos visitantes decorreram no secretariado do Festival, pois é preciso procurar que a entrevista se desenrole num ambiente e num contexto adequados, “é inútil esperar uma entrevista aprofundada e autêntica se esta se desenrolar na presença de outras pessoas, num ambiente barulhento e desconfortável...” Quivy e Campenhoudt (1992:74).

Os visitantes foram abordados na saída do festival. No decorrer de cada entrevista, foi utilizada uma folha de resumo, onde foi feito o resumo do encontro (cujos apontamentos foram úteis para uma mais fácil e correta categorização) onde se incluiu:

- ⇒ informação sobre o entrevistado (nervoso, confiante...);
- ⇒ Temas que mais destacou;
- ⇒ Novas hipóteses ou ideias a explorar em entrevista seguintes;

Estes apontamentos foram úteis para uma mais fácil e correta categorização.

Técnicas de recolha e análise de informação

As técnicas de recolha e análise de informação utilizadas nesta investigação foram baseadas em Poirier et al (1999), com as etapas:

1. A pré-análise

Antes das gravações das entrevistas, foram criadas novas pastas no computador de trabalho. Uma pasta para Entrevistas, dentro desta pasta duas pastas: Residentes e Visitantes.

Dentro de cada uma das pastas, foram devidamente colocadas as respetivas entrevistas, gravadas com o mesmo nome que aqui surge quando a mesma é mencionada (R1, V3... e assim sucessivamente)

Aquando da recolha dos dados, foi classificada cada uma das entrevistas, atribuindo a cada um dos entrevistados uma letra e um número. Aos visitantes “V1, V2, V3...” e aos Residentes “R1, R2, R3...”, juntamente com cada entrevista foram anexados também alguns complementos que poderiam eventualmente ser utilizados aquando do tratamento

das mesmas (o que não se veio a verificar, dado o estudo ter sido realizado através de uma entrevista semiestruturada)

No que se refere à transcrição, as entrevistas foram facilmente transcritas do oral para o texto escrito, apesar de no que se refere às entrevistas dos Visitantes haver sempre um barulho de fundo com Sons do Festival.

2. Clarificação das entrevistas

Foram considerados todos os elementos das entrevistas realizadas, reconhecendo a sua homogeneidade em alguns pontos, pois cada entrevista constitui um caso particular, mas a cada entrevista que foi acontecendo, foram surgindo elementos característicos que permitiram esquematizar as mesmas, sem que o seu conteúdo fosse alterado, retendo assim a singularidade de cada experiência, mas tentando situá-la num conjunto.

Nesta fase começaram então a ser delineadas as categorias em que foram então divididas as temáticas, tendo em atenção a pertinência, selecionando os pontos mais direcionados para o objetivo que se pretende alcançar, ou como sustentam Lima e Pacheco (2006:109) “Em termos gerais, a categorização é a operação através da qual os dados (invocados ou suscitados) são classificados e reduzidos, após terem sido identificados como pertinentes, de forma a reconfigurar o material ao serviço de determinados objetivos de investigação.”

3. Compreensão das entrevistas

Não existe uma exagerada discrepância no que se refere ao tipo de vocabulário utilizado pelos entrevistados, o que mais se destaca são apenas pequenos termos aos quais se podem chamar “bengalas linguísticas” que alguns dos entrevistados utilizaram.

No final deste ponto, ficaram então definidas as categorias temáticas sobre as quais foram trabalhadas as entrevistas recolhidas, voltando inúmeras vezes aos textos das entrevistas, É através destas releituras que podemos perceber onde estão as grandes repetições, e são estas que justificam as escolhas das temáticas.

Análise categorial

Foi feita uma análise de conteúdo das narrativas das entrevistas que serviu de base à construção da categorização que encontramos nas respetivas tabelas construídas para uma fácil leitura, no capítulo V.

Dado que as categorias não foram definidas antecipadamente, trata-se aqui de um procedimento exploratório.

Carmo e Ferreira (1998) dizem-nos que a escolha das categorias é fundamental na Análise de conteúdo, e que as categorias podem ter as seguintes características (tabela 4.1):

Tabela 4.1: Características na categorização

Caraterísticas	O que significa
Exaustivas	Todo o conteúdo que se tomou a decisão de classificar deve ser integralmente incluído nas categorias nas categorias consideradas, sendo no entanto possível não considerar alguns aspetos do conteúdo (entrevistados que relatam factos ou opiniões que estão fora dos objetivos da investigação);
Exclusivas	Os mesmos elementos devem pertencer a uma e não a várias categorias;
Objetivas	Os mesmos elementos devem pertencer a uma e não a várias categorias;
Pertinentes	Devem manter estreita relação com os objetivos e com o conteúdo que está a ser classificado.

Fonte: baseado nos textos de Carmo e Ferreira (1998: 255)

A organização categorial

As respostas recolhidas através das entrevistas estruturadas foram transcritas e categorizadas com recurso à técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1977) e ao Software informático *N-VIVO*, versão 10 para Windows, que permite um apoio à investigação qualitativa com uma componente de análise de dados organizados em formato tabelar. Permitindo desenvolver um projeto de pesquisa, armazenar e organizar os dados em diversos tipos de fontes, identificar elementos significativos para análise e conclusão e obter uma descrição subjetiva e sistemática do conteúdo da informação.

Para cada uma das entrevistas, foram recolhidas as unidades de registo, que como descrevem Carmo e Ferreira (1998) é o segmento mínimo de conteúdo que se considera necessário, para proceder à análise, colocando-o numa dada categoria.

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, tendo ainda sido tomadas algumas notas aquando da gravação da mesma.

Como se processaram os momentos das entrevistas:

As entrevistas aos residentes duraram cerca de 20 minutos e foram realizadas no local de trabalho de cada um dos entrevistados, ou no espaço da Biblioteca Municipal.

As entrevistas aos visitantes duraram cerca de 10 minutos cada uma e foram realizadas no Secretariado do festival, numa sala fechada. A mesma pessoa recolheu todas as entrevistas.

4.6. Instrumentos de recolha de dados

O instrumento aplicado foi a entrevista semiestruturada, construída partindo do estudo dos autores Ziakas e Boukas (2013). Existem pequenas diferenças entre a entrevista a Residentes, e a entrevista a Visitantes. Estas entrevistas apresentam sete questões no caso da entrevista a residentes, e oito questões no caso da entrevista a visitantes.

4.6.1 A entrevista semiestruturada

A entrevista semiestruturada combina perguntas abertas e fechadas. Possibilitando ao entrevistado poder responder à questão livremente. O entrevistador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas como se estivessem perante uma conversa informal. No momento que achar oportuno, o entrevistador deve tentar dirigir a resposta para a questão que pretende ver respondida a seguir, tentando controlar o volume de informação que o respondente pretende dar, “a questão mais importante é a clarificação dos objetivos e dimensões de análise que a entrevista comporta.” Guerra (2006:53).

...não parece que seja de dramatizar em demasia as questões de ordem afectivo-relacional que decorrem de entrevistas em profundidade. É de assumir como pressuposto desta postura metodológica que estamos perante sujeitos racionais (entrevistador, mas também entrevistado), sendo que ambos dão sentido à sua ação e, de forma aberta e transparente, definem o objetivo dessa interação: um pretende colher informações sobre o percurso e modos de vida sobre os quais o outro é um informador privilegiado pelo fenómeno social que viveu. (Guerra, 2006: 21)

Tendo como base os conceitos chave identificados através de Ziakas e Boukas (2013) foram criados os guiões de entrevistas a residentes e a turistas (tabela 4.2).

Tabela 4.2: Guião de entrevista a residentes e a turistas

ENTREVISTA A RESIDENTES:			
Temática	Questões	Objetivos	Fonte
Experiência	De que experiências teve oportunidade de usufruir no Festival Islâmico?	Caraterizar a experiência	Ziakas e Boukas (2013)
	Três palavras que descrevam esta sua experiência?		
Expetativas	Eram estas as suas expetativas para este ano?	Perceber se as experiências foram ao encontro das expetativas.	
Motivações	Quais as motivações para também dar aqui o seu contributo?	Que tipo de motivações? Pessoais/profissionais?	
Sentimentos e Vivências	O que mais gostou no Festival Islâmico?	Sentimentos positivos ou negativos.	
	Sente que faz parte destas vivências?		
Memórias	Quando termina o Festival Islâmico, o que fica do mesmo?	Caraterizar as memórias	

ENTREVISTA A VISITANTES:			
Temática	Questões	Objetivos	Fonte
Experiência	De que experiências teve oportunidade de usufruir no Festival Islâmico?	Caraterizar a experiência	Ziakas e Boukas (2013)
	Três palavras que descrevam esta sua experiência?		
Expetativas	Eram estas as suas expetativas?	Perceber se as experiências foram ao encontro das expetativas.	
Motivações	O que o motivou a vir até cá?	Que tipo de motivações? Pessoais/profissionais?	
Sentimentos e Vivências	O que mais gostou no Festival Islâmico?	Sentimentos positivos ou negativos.	
	Sente que faz parte destas vivências?		
	Como é que se sentiu no Festival Islâmico?		
Memórias	Depois desta visita/experiência, que imagem leva de Mértola?	Caraterizar as memórias.	

4.7. Método de análise de conteúdos

“A análise de conteúdo é a expressão genérica utilizada para designar um conjunto de técnicas possíveis para tratamento de informação previamente recolhida.” (Lima e Pacheco 2006: 107), esta investigação pretende realizar uma análise temática dos assuntos e, como tal, desenvolve uma leitura prévia de material temático relacionado com o festival, para que se possa fazer um levantamento dos sentidos gerais contidos nas entrevistas, e por fim definir o sistema de categorias a usar para o tratamento.

Para a análise de conteúdo categorial ou temática foi utilizado o programa Nvivo

...a análise de conteúdo, em nosso entender, sem deixar de ser uma “descrição com regras”, prossegue com a realização de inferências pelo investigador, inferências essas que por se apresentarem com um fundamento explícito, possam ser questionadas por outros, e possam ser corroboradas ou contrariadas por outros procedimentos de recolha e de tratamento de dados, no quadro de uma mesma investigação ou de investigações sucessivas.” (Lima e Pacheco, 2006: 108)

Validade e fiabilidade

Neste estudo, como em quaisquer outros estudos científicos, torna-se necessário assegurar a validade e a fiabilidade do estudo. Carmo e Ferreira (1998) dizem-nos que a validade interna diz respeito à correspondência entre os resultados e a realidade, isto é, à necessidade de garantir que estes traduzam a realidade estudada.

A fiabilidade diz respeito à replicação do estudo, isto é, à necessidade de assegurar que os resultados obtidos seriam idênticos aos que se alcançariam caso o estudo fosse repetido.

CAPÍTULO V - RESULTADOS E DISCUSSÃO

A minha ideia de boa companhia, Mr Elliot, é a companhia de pessoas inteligentes e bem informadas, com muitos tópicos de conversa; é a isso que chamo boa companhia

Jane Austen

5. As experiências

Carmo e Ferreira dizem-nos que a descrição (enumeração resumida após tratamento das características do texto) constitui a primeira etapa de realização numa análise de conteúdo. E a interpretação (o significado atribuído a essas mesmas características) é a última etapa. Assim, a inferência é o procedimento intermédio que permite a passagem, explícita e controlada, de uma à outra. (1998:252)

Neste capítulo da dissertação, debruçamo-nos especificamente sobre a apresentação e análise dos resultados obtidos. Como primeiro ponto serão caracterizadas as duas amostras utilizadas para as entrevistas, amostra de residentes e amostra de visitantes. No segundo ponto serão apresentados os resultados sobre as experiências obtidas pelas duas amostras. Será feita uma breve análise no que se refere a cada uma das categorizações primeiramente baseada nas entrevistas dos residentes, e posteriormente nas entrevistas dos visitantes.

5.1 As experiências dos residentes

5.1.1 Caracterização da amostra de residentes

A amostra de residentes apresenta a seguinte caracterização (tabela 5.1):

Tabela 5.1: Caracterização da amostra de Residentes

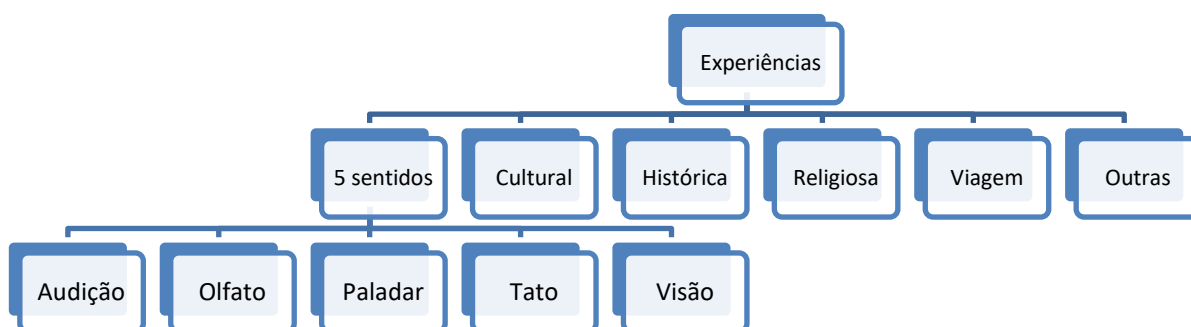
Residente	Género	Sector de atividade	Profissão/ Cargo	Nível de escolaridade	Idade
R1	M	Sociedade civil: Jovem	Presidente Assoc. Estud.	11º ano	17
R2	M	Desporto	Animador sócio-cultural na Camara Municipal de Mértola / Presidente Clube Náutico	Ensino Superior	55
R3	F	Voluntariado	Aposentada / Presid. Junta Freguesia Mértola e Presidente da Direção do Núcleo de voluntariado	12º ano	65
R4	F	Cultura	Bibliotecária	Ensino Superior	52
R5	F	Sociedade civil: Blogger	Docente	Ensino Superior	52
R6	F	Educação (ens. secundário)	Gestora Escolar	Ensino Superior	47
R7	M	Câmara Municipal	Presidente da Câmara	Ensino Superior	43
R8	M	Educação (ens. Pré-escolar)	Ed. Infância / Coordenadora jardim de infância	Ensino Superior	54
R9	F	Turismo (proprietária turismo rural/espaco de eventos)	Empresária	Ensino Superior	39
R10	F	Comércio (Proprietário Café localizado no recinto)	Proprietária de Estabelecimento Comercial	Ensino secundário	31
R11	F	Turismo (Diretora Executiva Empresa Municipal Turismo)	Diretora Merturis	Ensino Superior	41
R12	F	Comércio (Proprietário Café localizado fora do recinto)	Proprietária de Estabelecimento Comercial	Ensino secundário	35
R13	F	Sociedade civil: sénior	Aposentada	Antiga 4ª classe	65

Dos treze residentes entrevistados, as idades variam entre os 17 e os 65 anos, sendo a média de idades de 46 anos. 69% (nove residentes) apresentam como nível de escolaridade o ensino superior. 69% (nove) dos residentes são do sexo Feminino, e 31% (quatro) dos residentes do sexo masculino. Quanto às profissões, é de referir que quatro dos entrevistados têm as suas profissões diretamente ligadas ao turismo, e quatro dos entrevistados têm as suas profissões ligadas ao ensino. O município aparece também aqui representado, nas profissões dos respondentes R2, R3, R4 e R7. Apenas a representante da sociedade civil, respondente R13, se encontra aposentada.

5.1.2 As experiências no Festival

No que se refere à experiência, esta foi subcategorizada em torno de seis tópicos. Sendo que a primeira sub-categorização se divide ainda em cinco diferentes itens, como se pode observar na figura 5.1:

Figura 5.1: Experiências dos residentes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (tabela 5.2):

Tabela 5.2: Experiências dos Residentes

SubCategoria	Experiências dos Residentes	Unidades de Contexto
	Unidades de Registo	
Cinco sentidos	Depois outra experiência bem separada e bem diferenciada é a questão dos concertos, que apesar de terem um cariz das temáticas das músicas ou das músicas andarem à volta do mundo árabe e das sonoridades não tão habituais, são experiências muito interessantes.	R2
	Gosto de provar e comer nas banquinhas, pelas ruas. Gosto de ver as ruas a transformarem-se, a serem cobertas com os panos coloridos. As ruas ficam com os seus “Tetos” às cores. A comunicação social, a primeira imagem que passa é a das cores, dos panos coloridos nas ruas.	R3
	Eu refiro-me sempre a dois aspetos que me marcam muito, a mim pessoalmente, os cheiros, e as cores! A Visão, o Olfato, são os dois sentidos que nesta altura sinto mais agitados.	R5
	Proporcionamos muitas experiências aqui com a nossa Escola, um Workshop de cozinha islâmica, workshop de chás, workshop de comida islâmica que foram feitos há dois anos atrás no mês em que decorreu o Festival Islâmico. Proporcionamos não só aos visitantes, mas também aos Residentes. Ao longo	R6

	do tempo a ALSUD foi ganhando este papel de potencializar experiências as outros, é muito o papel de produtor.	
	gosto muito de ir ao Souk, daquele colorido, das ruas estreitinhas, aqueles cheiros	R8
	Antecipamos o festival, para que eles tenham noção do que vão ver e do que estão a experienciar. Às vezes antecipamos com uma exposição interativa que já fizemos na Casa das Artes em que convidamos as outras escolas. É uma exposição para a qual são precisos os cinco sentidos. Pomos uma mesa com a Tagine com hortelã, com laranjas, tâmaras, passas para saborearem, pomos roupas que nos emprestam para que os meninos sintam os tecidos mais leves, mais grossos, tapetes no chão, incensos a queimar, aqueles cintos com as moedinhas e música para dançarem. Depois contamos uma lenda, que normalmente é a lenda da tesourinha da Moura, que começa assim “Diz-se, conta-se que ali para os lados de Mértola, num sítio chamado Mortilheira” e então a lenda conta o encontro de um homem, que ia trabalhar para o campo, com uma Moura encantada, que é metade mulher metade cobra... e a partir destas lendas, fizemos o grande livro das lendas.	R8
	Gosto muito de ver a vila assim, com tantas coisas, e todos os dias a ouvir cantar na rua.	R13
Cultural	Principalmente do convívio com todas as pessoas, com os costumes islâmicos, outras realidades e o tom alegre que tudo isto dá à vila.	R1
	As experiências das visitas às exposições.	R2
	Gosto muito dos festivais, normalmente vejo o espetáculo de sábado, mas os espetáculos musicais são muito bons.	R4
	É alguma magia que está subjacente ao modo de estar, no modo de ver a Cultura que está por trás de tudo, a Cultura Árabe.	R5
	O Festival transmite uma Policulturalidade, até porque nestes dias existem tantas culturas diferentes desde o Sul de Espanha, Marroquinos, o falar árabe. Este ano falhou muito a animação de rua. Esteve um bocadinho aquém porque houve pouca, nos outros anos foi melhor. Mas essencialmente os alunos retiram daqui a Multiculturalidade, a festa da noite. Talvez se apercebam e fiquem mais sensíveis a Mértola ter mais a ver com os Árabes do que outros sítios do País que possam conhecer.	R6
	Proporcionamos muitas experiências aqui com a nossa Escola, fizemos um Curso de Árabe	R6
	Adoro estar no Souk, sentir a ambiência que sinto no festival, contactar novamente com pessoas que conheço e que só vejo de dois em dois anos. Nós somos geminados com Chefchaouen, por exemplo, e acontece uma ou duas vezes nestes dois anos nós encontrarmo-nos depois também com a comunidade islâmico-espanhola que praticamente só nos encontramos no festival islâmico. Depois há uma série de outras pessoas que nós vamos revendo de dois em dois anos e que nos ajudam no festival. Não quero estar aqui a dizer nomes mas essa altura é muito importante para nós, também porque cultivamos relações e percebemos como é que foi para cada um de nós o desenrolar destes dois anos e há sempre muitos assuntos para pôr em dia.	R7
	A questão cultural deste mundo islâmico e esta forma de eles nos tratarem, de eles se relacionarem... a forma como eles atuam até entre eles, acho que há ali um certo mistério mas também muita genuinidade e acho que é isso que pelo menos a mim me atrai para essa cultura.	R7
Para mim são as pessoas, gosto muito de ver muita gente, pessoas completamente diferentes, que começam desde os participantes, em que há ali um convívio muito interessante. Nós temos uma participação não só de promoção, mas também uma das coisas que fazemos é ter uma loja no meio do Souk e portanto temos a perfeita noção do que é o negócio das entreajudas entre uns e outros, e é essa parte de comunicação e de aceitação generalizada perante a diferença, que percebemos que existem muitas semelhanças. É neste convívio que percebemos que é obvio que há problemas, mas aqui percebemos que pode haver esperança para que as coisas funcionem de outra maneira, o convívio e o respeito é incrível. Todos partilham a alegria de aqui estar.	R11	

	comunicar com muita gente, e isso é uma experiência bastante interessante. Nós lidamos com gente muito diversa e muito peculiar que visita o festival, e em alguns casos pessoas muito excêntricas, portanto essa vivência de comunicação com pessoas diferentes é bastante intensa.	R11
	Aquilo de negativo que nós atribuímos à palavra, é atribuído pelos outros e não é esse o real sentido da palavra em si. Por exemplo, a palavra “Islamic” pode apontar para um cunho religioso e não tanto para uma celebração daquilo que é uma herança cultural. É um festival de culturas, e não de religião, e portanto o ênfase que nós colocamos no nome não é um ênfase religioso à palavra Islâmico ou Islamic. O festival celebra uma sã convivência entre culturas e foi assim que foi criado e designado, e deve manter-se. O festival é também uma forma de demonstrar que a convivência entre culturas é perfeitamente possível sem que haja essa nuvem negra do fundamentalismo que de facto acompanha a palavra.	R11
	acho estas iniciativas belíssimas, vi o Cante Alentejano no Largo no dia do encerramento e gostei muito.	R13
Histórica	O ambiente é outro, tudo muda em relação a tudo, percebe-se como era há tantos anos atrás estas nossas ruas.	R10
	pude usufruir do Souk, que é sempre um espaço agradável e dei por lá um saltinho muito rápido	R12
	que enfoca num determinado período da história que foi importante para Mértola e que ao longo dos tempos manteve sempre a sua influência histórica e cultural em diversos aspetos da vida que nós hoje conhecemos, seja na arquitetura, seja na linguagem, seja na música, seja na gastronomia,	R11
Religiosa	Eu ouço o chamamento à oração, ouço pelas ruas falarem uma língua diferente,	R8
	da hora da Reza, em que eles passam pelas ruas a cantar e com instrumentos, seguem todos em fila, com músicas assim diferentes, que parecem rezas.	R10
	o contato com o chamamento para a oração, e há uma consciência que há aqui muito essa ligação à Religião, mas aqui também percebemos que as coisas não são tão fundamentalistas nem tão rigorosas como por vezes até a própria comunicação social faz. Nós aqui percebemos que grande parte deles permanecem na sua vida normal, no seu negócio.	R11
	Eu trabalho essencialmente na área do Turismo e nós fazemos um trabalho anterior ao próprio festival, que é o de promoção do festival e em muitos locais onde promovemos o festival – não tanto o público português, mas mais com o público estrangeiro – esta questão do Islão e do Islamismo é sentida de uma forma diferente, existe de uma forma muito mais radical e fundamentalista e portanto muitas vezes deparamo-nos com comentários negativos, por parte sobretudo do público estrangeiro, em relação ao facto de nós lhe chamarmos festival islâmico e de darmos essa ênfase à questão islâmica. Mas de facto é assim que é referido esse período e esse povo, portanto nós não lhe chamamos festival árabe ou outra coisa. Equacionou-se inclusive a hipótese de alterar o nome – não tanto para o público nacional, mas mais para o estrangeiro, mas não faria sentido, pois aquilo que se celebra com o festival islâmico é exatamente essa interculturalidade e essa possibilidade de as pessoas se interrelacionarem entre si, à parte de todos esses fundamentalismos.	R11
Viagem	O que mais gosto é sem dúvida dos passeios e visitas ao Souk, até porque como conheço os mercados árabes verdadeiros em Marrocos, é uma perspetiva que ou seja já tentei fazer esse passeio pelo Souk na perspetiva da curiosidade e de fazer a comparação. Essa experiência aqui em Mértola é extremamente bem conseguida com uma aproximação com uma percentagem muito alta em relação aos Souks verdadeiros.	R2
	é como se estivesse num país diferente.	R8
	tudo me faz lembrar as medinas dos países árabes	R8
	a questão do próprio cenário em si que nos transporta para outro mundo, para outra realidade, e só isso é só por si, quase uma viagem. É um sair, sem sair de cá. A minha experiência é principalmente isso, esse transportar para um	R11

	mundo de fantasia – de alguma forma – que torna este evento tão mágico, são vivências noutras paragens sem sairmos do mesmo local.	
Outros	Gosto da alegria das pessoas, gosto de ver um Mar de gente bem-disposta.	R3
	Gosto muito do colorido do Souk, gosto muito do contato com as pessoas que vêm de fora. Tive oportunidade de fazer Secretariado e gostei bastante os nossos visitantes são pessoas muito simpáticas, muito recetivas, é importante que existam interlocutores. O meu trabalho acaba por ser mais de relações públicas, e isso eu gosto muito de fazer.	R4
	levamos produtos dos nossos projetos, este ano tivemos levámos os bonecos das preocupações, para além dos produtos hortícolas, chás e bolos que as famílias nos dão. Temos um projeto de artes que começou em janeiro, começámos a trabalhar um pintor e convidámos um artista da Terra, este ano foi a Nádía Torres. Fomos à Oficina da Nádía e vimos como é que ligamos toda esta questão da Mértola Vila Museu, dos museus, com tudo aquilo que lá está, até porque, depois a oficina é muito perto do museu islâmico. Fizemos uns ímanes para o frigorífico que parecem pequenos azulejos, ou seja tentamos com os projetos de jardim-de-infância ir ao encontro do festival islâmico e nós em vez de explorarmos o festival depois, exploramos logo antes.	R8
	Muito poucas, porque estou grávida e porque tive os projetos na casa amarela que foram projetos que potenciaram experiências a outros. Foram dias em que podemos proporcionar experiências gastronómicas, de imagem, eventos...	R9
	conviver com as pessoas. No dia em que me calhou fazer o voluntariado estive lá um senhor que não sei dizer o nome, mas é um senhor que se vê muito na televisão e que é advogado, foi tão simpático, bebeu um chazinho, e foi muito simpático com toda a gente, e todas as pessoas são assim, as pessoas que vêm ao festival são muito simpáticas, gostam todas de estar aqui.	R13

Foram separadas em seis subcategorias as experiências descritas pelos residentes, e a análise dos resultados diz-nos que:

Cinco sentidos

Das várias narrativas recolhidas, é facilmente perceptível que não é possível dissociar as experiências dos cinco sentidos, pois todas as narrativas utilizam estes para que melhor se possam exprimir. Sendo que a respondente R8, afirma que antecipam o festival para que os alunos da escola estejam preparados para o que vão experienciar, realizando uma exposição em que o explorar dos cinco sentidos está presente “antecipamos com uma exposição interativa que já fizemos na Casa das Artes em que convidamos as outras escolas. É uma exposição para a qual são precisos os cinco sentidos. Pomos uma mesa com a Tagine com hortelã, com laranjas, tâmaras, passas para saborearem, pomos roupas que nos emprestam para que os meninos sintam os tecidos mais leves, mais grossos, tapetes no chão, incensos a queimar, aqueles cintos com as moedinhas e música para dançarem. Depois contamos uma lenda, que normalmente é a lenda da tesourinha da Moura, que começa assim “Diz-se, conta-se que ali para os lados de Mértola, num sítio chamado Mortilheira” e então a lenda conta o encontro de um

homem, que ia trabalhar para o campo, com uma Moura encantada, que é metade mulher metade cobra...”

A palavra cheiros está presente em algumas narrativas, sendo que o respondente R5 diz-nos mesmo que o olfato é um dos sentidos mais enfatizados neste festival. O Paladar é também referido através das narrativas, sendo que R3 nos diz que “Gosto de provar e comer nas banquinhas, pelas ruas”, já R6, fala-nos em nome da equipa e dos alunos em que são eles os potenciadores das experiências aos outros, realizando por exemplo workshop de cozinha islâmica, workshop de chás, workshop de comida islâmica.

Referindo agora a audição como mais um dos cinco sentidos, destaca-se neste conjunto a resposta de R2 quando nos diz que “experiência bem separada e bem diferenciada é a questão dos concertos, que apesar de terem um cariz das temáticas das músicas ou das músicas andarem à volta do mundo árabe e das sonoridades não tão habituais, são experiências muito interessantes”. Também R13 foca a questão dos sons dizendo “Gosto muito de ver a vila assim, com tantas coisas, e todos os dias a ouvir cantar na rua.”

Já R8 potencia a experiência às crianças proporcionando experiências numa exposição onde podem conhecer “aqueles cintos com as moedinhas e música para dançarem”. E “contamos uma lenda, que normalmente é a lenda da tesourinha da Moura”.

Também os tecidos utilizados nas vestes são diferentes dos que estamos habituados, uma vez realça-se o testemunho de R8, quando esta salienta que para os mais pequenos “pomos roupas que nos emprestam para que os meninos sintam os tecidos mais leves, mais grossos, tapetes no chão”.

Por fim, e no que diz respeito à visão, a respondente R3 que afirma “Gosto de ver as ruas a transformarem-se, a serem cobertas com os panos coloridos. As ruas ficam com os seus “Tetos” às cores. A comunicação social, a primeira imagem que passa é a das cores, dos panos coloridos nas ruas”. Indo ao encontro do que diz R8 “gosto muito de ir ao Souk, daquele colorido, das ruas estreitinhas”. O respondente R5 refere-se também a esta questão quando afirma que “A Visão, o Olfato, são os dois sentidos que nesta altura sinto mais agitados.”

Experiência cultural

A palavra “Pessoas” ou “Gente” aparece várias vezes ao longo das narrativas o que realça o papel que as pessoas têm na experiência cultural vivenciada no Festival Islâmico de Mértola.

Assim, por exemplo, o respondente R1 afirma que “convívio com todas as pessoas, com os costumes islâmicos, outras realidades”, enquanto outro respondente, R5 refere que “É alguma magia que está subjacente ao modo de estar, no modo de ver a Cultura que está por trás de tudo, a Cultura Árabe.

Por sua vez, o respondente R6 salienta que “transmite uma Policulturalidade, até porque nestes dias existem tantas culturas diferentes desde o Sul de Espanha, Marroquinos, o falar árabe.” O mesmo ponto de vista é defendido pelo respondente R7, quando afirma que “A questão cultural deste mundo islâmico e esta forma de eles nos tratarem, de eles se relacionarem... a forma como eles atuam até entre eles, acho que há ali um certo mistério mas também muita genuinidade e acho que é isso que pelo menos a mim me atrai para essa cultura”.

O inquirido R11 apresenta uma narrativa muito detalhada relativamente a esta categoria, afirmando, por um lado que “gosto muito de ver muita gente, pessoas completamente diferentes, que começam desde os participantes, em qua há ali um convívio muito interessante.” E por outro que quando refere que “temos a perfeita noção do que é o negócio das entreajudas entre uns e outros, e é essa parte de comunicação e de aceitação generalizada perante a diferença, que percebemos que existem muitas semelhanças.”

Histórica

R10 refere que “percebe-se como era há tantos anos atrás estas nossas ruas”, esta categoria é também realçada por R11 que nos diz que “enfoca num determinado período da história que foi importante para Mértola e que ao longo dos tempos manteve sempre a sua influência histórica e cultural em diversos aspetos da vida que nós hoje conhecemos, seja na arquitetura, seja na linguagem, seja na música, seja na gastronomia”

Religião

No que se refere às experiências relacionadas com religião, percebe-se ao longo dos testemunhos que existe um misto de sensações. Assim R8 refere-se a este aspeto nos seguintes termos: “ouço o chamamento à oração”, e R10 testemunha um momento vivido em que “na hora da Reza, em que eles passam pelas ruas a cantar e com instrumentos, seguem todos em fila, com músicas assim diferentes, que parecem rezas. no que se refere à conotação menos positiva que por vezes lhe poderá ser atribuída, R11 testemunha que “e há uma consciência que há aqui muito essa ligação à Religião” no entanto “as coisas não são tão fundamentalistas nem tão rigorosas” pois será neste espaço do festival que “aqui percebemos que grande parte deles permanecem na sua vida normal, no seu negócio”.

Também o público estrangeiro é referido por R11, salientando que o mesmo olha para este evento com uma postura ainda um pouco desconfiada “esta questão do Islão e do Islamismo é sentida de uma forma diferente, existe de uma forma muito mais radical e fundamentalista”. O mesmo respondente considera que acontece a mesma situação relativamente à comunicação social “deparamo-nos com comentários negativos” até porque existe um “ênfase à questão islâmica.”. No entanto existe para Mértola uma consciência de que se “celebra com o festival islâmico (...) interculturalidade e essa possibilidade de as pessoas se interrelacionarem entre si, à parte de todos esses fundamentalismos.”

Viagem

Ao longo das narrativas, existem referências a este festival, como se de uma viagem para outro país ou para outros tempos, se tratasse. Temos como unidades de registo que o comprovam:

R2 que nos diz que “experiência aqui em Mértola é extremamente bem conseguida com uma aproximação com uma percentagem muito alta em relação aos Souks verdadeiros” tal como R8 que refere que “é como se estivesse num país diferente” e que “tudo me faz lembrar as medinas dos países árabes”

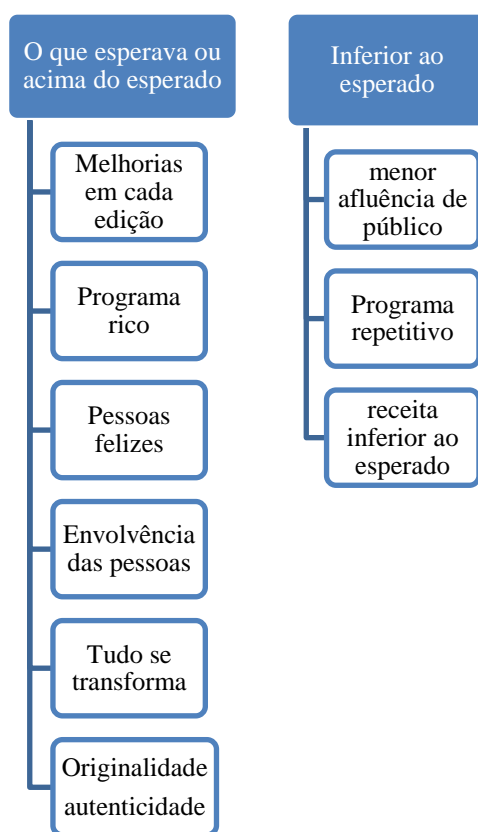
Outros

Outras experiências que não foram categorizadas com um termo específico são as que se relacionam com a convivência, R3 salienta a alegria como experiência “Gosto da alegria das pessoas, gosto de ver um Mar de gente bem-disposta”. Também R4 refere que “Tive oportunidade de fazer Secretariado e gostei bastante os nossos visitantes são pessoas muito simpáticas, muito recetivas, é importante que existam interlocutores. O meu trabalho acaba por ser mais de relações públicas, e isso eu gosto muito de fazer”. Realçam-se as relações também quando o respondente R13 nos diz que “estive lá um senhor que não sei dizer o nome, mas é um senhor que se vê muito na televisão e que é advogado, foi tão simpático, bebeu um chazinho, e foi muito simpático com toda a gente, e todas as pessoas são assim, as pessoas que vêm ao festival são muito simpáticas, gostam todas de estar aqui”.

5.1.3 As expetativas iniciais

No que se refere às expetativas, encontram-se subcategorizadas em dois tópicos “O que esperava ou acima do esperado” ou “inferior ao esperado”. A figura seguinte apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria (figura 5.2):

Figura 5.2: Expetativas dos residentes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (Tabela 5.3):

Tabela 5.3: Expetativas dos residentes

Sub Categoria	Expetativas dos Residentes		Unidades de Contexto
	Unidades de Registo		
O que esperava ou acima do esperado	<p>Sim, mas as coisas têm vindo sempre a melhorar. Acho que isso em sido um bom trabalho do município ao promover cada vez... não ser sempre aquela coisa monótona, mas cada vez têm sido melhores e o programa é sempre muito bom.</p>	R1	
	<p>É um casamento da cultura deles com a nossa cultura. Sou sempre surpreendida pela positiva, este ano a nossa Associação teve um espaço espetacular. As minhas expetativas são que as pessoas se sintam bem, e da experiência que tive novamente este ano, vejo pessoas muito felizes nestes dias mágicos. Para o Voluntariado foi muito bom, estávamos num espaço junto à capelinha do Sr. dos Aflitos que nos foi cedido gratuitamente pelo proprietário. Existe envolvimento de pessoas disponíveis e com vontade de bem fazer o que é ótimo e muito bonito.</p>	R3	
	<p>Em termos de festival as coisas funcionaram, mas não posso dizer que tenha usufruído muito do festival porque estive muito absorvida noutras coisas. Tenho a sensação que houve menos gente, deu-me essa sensação, mas em termos de movimento e boa disposição tudo se manteve.</p>	R4	
	<p>Na 1ª edição, em todo o festival criou-se assim um clima de expetativa, fomos buscar ao nosso imaginário “o que é, o que não é..., o que vai ser...” isto antes de o Festival acontecer. Depois quando aconteceu na 1ª edição, percebi que tudo se transforma. Não só o espaço físico, como as próprias pessoas. Há uma transformação social que advém de um certo bem-estar que a pessoa sente, de tudo o que é novo – há pessoas novas, um ambiente novo – que influenciam positivamente a forma como as pessoas se cumprimentam, se movimentam.</p>	R5	
	<p>Acho que sim, não posso dizer que superaram porque, por motivos pessoais, não tive oportunidade de usufruir de tudo o que o Festival oferecia, mas nunca em nenhum dos anos houve uma desilusão. Só fico com pena de não conseguir aproveitar mais o que estes dias têm para nos oferecer.</p>	R5	
	<p>Sim, absolutamente. São quatro dias em que toda a vila vive o festival. Há já relações de amizade com pessoas de cá, há partilhas entre os comerciantes que vêm e os que estão cá, posso contar um episódio com o Artur (comerciante) em que uma rapariga grávida recebeu da esposa do Artur um baby-grow, e agora este ano voltou cá, e fez questão de ir apresentar o seu bebé àquele casal que dois anos antes a tinham tratado tão bem aqui na vila. Existem laços, este festival é baseado nestas relações, não é só no comércio e na perspetiva mercantil. O festival teve a sua primeira edição em 2001, ainda com alguma experimentação à mistura, como o de 2003. Depois o de 2005 já foi um festival mais forte e acho que a partir daí as pessoas perceberam realmente a força que o festival podia trazer a Mértola. Acho que de uma forma muito genérica todos os mertolenses contribuem para o festival islâmico. Colaboram, partilham, adotam esse espírito nestes dias de festival.</p>	R7	
	<p>as expetativas eram estas, correu tudo muito bem.</p>	R8	
	<p>Estando envolvida na promoção também crio a expetativa nas pessoas, quando promovemos o festival antes de acontecer, o que nós queremos é promover a experiência, e que o nosso bom atendimento faça então parte da experiência de que Mértola sabe acolher.</p>	R11	

	Este ano acho que houve mais pessoas, o tempo também ajudou, e quando o tempo está bom, há boa disposição, as pessoas aderiram mais, e acabo por poder rentabilizar mais o meu negócio.	R12
	Sim, até a organização tem vindo a melhorar, há sempre uns problemazinhos, mas lá vai correndo tudo bem.	R13
Inferior ao esperado	Eu este ano já não tinha expetativas, é a mesma receita mas mais do mesmo, não há inovação, não é por se colocarem mais dois ou três ruas no festival que se vai tornar num festival melhor, se calhar até o torna pior. É isso que é preciso considerar, são oito edições, é preciso que o festival islâmico se reinvente e corre o risco de ir colapsando, tem que haver a capacidade de reinventar e de inovar em termos de programação, entre outras coisas. Por exemplo, uma coisa que se teve aqui e se perdeu no início foi a questão dos voluntários, perderam-se os voluntários, neste momento é tudo pago a peso de ouro. Qualquer organização, hoje em dia – e eu estive há pouquíssimo tempo como arbitro internacional de uma Taça do Mundo em Portugal, e que tinha para aí 150 voluntários jovens a trabalhar a troco de comida e de uma tshirt, e aqui perdemos essa parte. A dita Sociedade Civil que não está aqui efetivamente, as pessoas não são chamadas a opinar. Eu não deixei de ser funcionário da Câmara, apesar de estar de baixa há muito tempo, tenho agora outra perspetiva e é preciso que haja mais envolvimento, ouvir as opiniões.	R2
	A expetativa ficou abaixo, porque este ano ficámos num espaço acessível, que era o quintal do Sr. Orlando, mas taparam-nos a entrada!!! Além de que, às 15horas do último dia veio aquele vendaval e a nossa infraestrutura era a céu aberto. Ficou abaixo da expetativa num outro aspeto, que foi o apoio da CMM. Houve muito pouco apoio, a própria Câmara não tinha pessoal, tivemos que montar tudo sozinhos, com miúdos, os alunos da escola são miúdos! Trabalhámos imenso com a restauração, e a receita foi muito abaixo da nossa expetativa, por tudo isso – visibilidade e trabalho que deu a montar. E no final houve aquele tornado e tivemos que abrigar 50 pessoas em pânico em que muitas eram crianças, foi caótico o último dia...	R6
	achei que este ano o festival pecou um pouco por falta de novidade e por toda a dinâmica a que estava habituada, por exemplo a animação de rua. Das coisas que se estão a passar sempre que vamos por aí no Souk, o programa foi um pouco repetido em termos culturais, por exemplo houve todos os dias “O Serafim e as vozes da Cal” que na minha ótica não será assim uma coisa tao adaptada ao contexto, mas também percebo que tem a ver possivelmente com a gestão do orçamento e às tantas é mais fácil assim. Mas acho que é um aspeto a trabalhar, porque o festival tem essa autenticidade, essa originalidade, essa questão única dele. Se se começa a banalizar muito e a ter coisas muito descontextualizadas, começa a ser mais um, e as pessoas depois podem deixar de vir porque “é só mais um”.	R9
	Na minha ótica houve outro problema grande, que acabou por ser a questão dos alojamentos, pois para além do espaço da Casa Amarela onde foram realizados esses momentos potenciadores de eventos contextualizados com o festival islâmico, tenho também um alojamento e em Novembro tive pessoas a quererem marcar e já não havia alojamento em lado nenhum, e seriam famílias que vinham e passavam um fim-de-semana inteiro ou passavam três ou quatro dias e deixavam valor acrescentado em todos os negócios. O Facto de não existirem alojamentos e as pessoas terem que optar por outros Concelhos como Beja ou outros, e as pessoas para viverem isto querem estar cá dentro. A CMM em conjunto com as outras entidades tem que tentar encontrar formas alternativas. Uma das que eu percebi que era viável, era através da escola secundária, penso até que fizeram para alguns grupos, mas não foi muito divulgado, mas assim poderia receber pessoas num alojamento mais económico. Pois o que acontece é que como existe à volta do festival uma grande logística, a autarquia acaba por ter que reservar tudo aquilo que está à volta, e limita o público que quer ir para o privado e fica todo triste, pois costuma vir para nós e nos dias do festival não dá!	R9
	Sim, acho que sim. Estava à espera de uma maior afluência de gente e não estou a falar aqui em função do café, estou a falar das ruas,	R10

Nas expectativas encontramos diferentes respostas por parte dos residentes. Nove dos residentes consideram que o festival esteve ao nível ou superou as suas expectativas, enquanto quatro apontam a existência de falhas que fizeram com que as expectativas ficassem abaixo do esperado.

É de focar que é praticamente sentimento geral por parte dos Residentes, terem a percepção que não conseguem usufruir de tudo o que o festival pode oferecer.

Existem narrativas com respostas semelhantes, nomeadamente no que se refere à organização do festival. R1 diz-nos que “as coisas têm vindo sempre a melhorar” e R13 que “a organização tem vindo a melhorar”.

No entanto R2 não é da mesma opinião, afirmando que “é a mesma receita mas mais do mesmo, não há inovação (...) é preciso considerar, são oito edições, é preciso que o festival islâmico se reinvente e corre o risco de ir colapsando”. Também o residente R9 é da mesma opinião, considerando “que este ano o festival pecou um pouco por falta de novidade e por toda a dinâmica a que estava habituada, por exemplo a animação de rua”.

As opiniões consensuais são relativas a todos aqueles que fazem parte ou visitam o festival. Encontramos este tipo de testemunhos quando R3 afirma que “As minhas expectativas são que as pessoas se sintam bem, e da experiência que tive novamente este ano, vejo pessoas muito felizes nestes dias mágicos”, para o respondente R4 “em termos de movimento e boa disposição tudo se manteve”, R5 vai mais longe afirmando que “Há uma transformação social que advém de um certo bem-estar que a pessoa sente, de tudo o que é novo – há pessoas novas, um ambiente novo – que influenciam positivamente a forma como as pessoas se cumprimentam, se movimentam”. Para o respondente R7 “de uma forma muito genérica todos os mertolenses contribuem para o festival islâmico. Colaboram, partilham, adotam esse espírito nestes dias de festival.

R6 foca-se no que de positivo isto traz aos seus alunos “As vivências que os alunos tiram do Festival são sempre relacionadas com boa disposição, transformação que as multidões dão”, enquanto o residente R7 refere-se às pessoas que vêm de fora para representar a comunidade islâmica descrevendo que “Em todas as edições do festival o que mais gosto é sempre do contato com a comunidade islâmica, de perceber a cultura deles, os hábitos, as tradições, ir conversando com os artesãos, perceber como é que é a vida deles lá, como é que é cá, e como é que se distinguem aqui as diferenças”. Também R10 fala deste grupo

“vê-se por aqui muita gente bem-disposta, não são só os visitantes, estou a dizer os próprios marroquinos são simpáticos, têm as diferenças deles em relação a nós, mas dão-se bem com toda a gente”

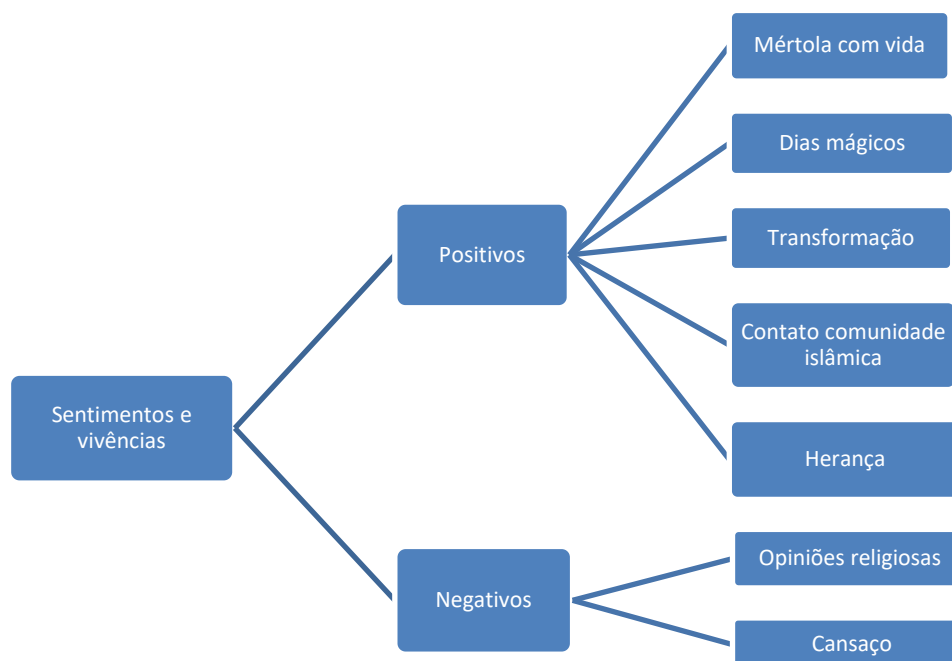
Não são da mesma opinião alguns dos residentes quanto ao número de visitantes. Havendo opiniões contrárias, por exemplo quando R12 afirma que “Este ano acho que houve mais pessoas, o tempo também ajudou, e quando o tempo está bom, há boa disposição, as pessoas aderiram mais”, ao contrário do que afirma R10 “Estava à espera de uma maior afluência de gente e não estou a falar aqui em função do café, estou a falar das ruas.

Destaca-se no testemunho de R9 por fazer referência à falta de alojamentos quando diz que “tenho também um alojamento e em Novembro tive pessoas a quererem marcar e já não havia alojamento em lado nenhum, e seriam famílias que vinham e passavam um fim-de-semana inteiro ou passavam três ou quatro dias e deixavam valor acrescentado em todos os negócios. O facto de não existirem alojamentos e as pessoas terem que optar por outros Concelhos como Beja ou outros, e as pessoas para viverem isto querem estar cá dentro”, o que poderá influenciar o número de visitantes do festival, não contribuindo tanto quanto seria possível para os objetivos de quem pretende visitar, ou até mesmo para a receita económica que poderiam trazer até Mértola nestes dias.

5.1.4 Sentimentos e vivências

Os sentimentos e vivências encontram-se subcategorizados em dois tópicos, positivos ou negativos. A figura 5.3 apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria:

Figura 5.3: Sentimentos e vivências dos residentes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (Tabela 5.4):

Tabela 5.4: Sentimentos e vivências dos Residentes

Sub Categoria	Sentimentos e vivências dos Residentes	
	Unidades de Registo	
		Unidades de Contexto
Positivos	O que mais gosto é de poder ver Mértola assim, não é normal termos na nossa vila tantas pessoas assim bem-dispostas e com tanta vida, estão sempre a acontecer coisas.	R1
	Sim, sinto que faço parte, porque quando entro no mercado de rua ou nos concertos, tento entrar naquele espírito.	R1
	Sinto-me muito bem, às vezes há pessoas que acham que estas pessoas podiam levar isto para problemas, problemas que se passam fora das nossas fronteiras, mas não é nada disso, e é importante sabermos distinguir as coisas. Aqui, do que vejo, todas as pessoas vêm com um espírito bom.	R1
	Sim, sinto que faço parte, porque quando entro no mercado de rua ou nos concertos, tento entrar naquele espírito.	R1
	Sim, sem dúvida. Por exemplo na inauguração da casa islâmica, o festival obriga-nos a recuar no tempo, e Mértola é das Terras com maior número de visitantes, o trabalho que tem sido feito em Mértola nos últimos trinta anos também nos leva a ter essa vivência, não só durante o festival. Os números do Turismo do Alentejo dizem-nos que é das Terras com mais visitantes, sempre a crescer. A própria zona histórica da vila, facilmente nos remete para os tempos árabes, são mesmo as nossas raízes.	R3
	São dias de cores, de cheiros e de alegria. Noites de concertos que são mágicos, o ambiente e a envolvência que me surpreende sempre pela positiva, porque a faixa etária é maioritariamente jovem e é comum associarmos os festivais aos jovens e aos excessos e problemas, não sei se nós somos a exceção, mas sei que nunca houve problemas, é sempre um ambiente de Paz.	R3
	Sinto-me bem, é claro que sempre com a preocupação de que tudo corra bem, mas as pessoas são muito simpáticas e sobretudo vemos pessoas felizes nestes dias.	R4
	Eu quando entro dentro do Souk, eu vivo. Encarno uma personagem qualquer e nem sei explicar bem, sente-se.	R5
	As vivências que os alunos tiram do Festival são sempre relacionadas com boa disposição, transformação que as multidões dão. Nós trabalhamos com jovens, não podemos escamotear que para os jovens o convívio interpares é fundamental, a vivência da noite é a mais marcante, aliás é muito engraçado porque nós fazemos turnos, mas já sabemos que no domingo de manhã eles vão falhar! E quando há algum que não falha a gente quase que o Endeusa!!! Porque é aquele que passou a noite a dançar e a beber, divertiu-se, mas às dez da manhã está ali!	R6
	o que eu mais gosto enquanto Escola, é poder propiciar aos alunos de fora estas experiências em que Mértola se transforma sobretudo aos alunos de fora que olha para Mértola como uma Terra remota, pobre que tem coisas extremamente boas – tem uma beleza natura incrível, uma riqueza cinérgica que é o que é... a riqueza patrimonial – mas tudo isto é fruto também de muita pobreza. É tudo lindo porque não houve indústrias nem pressões urbanísticas que o destruíssem. Por isso, gosto que os alunos possam viver esta Mértola, assim com muita vida.	R6
há uma pressão enorme para todas as pessoas envolvidas, o festival para nós é um momento de grande trabalho nos dias de pré-festival e depois durante o festival é inevitável. Há uma pressão enorme sobre toda a organização para que as coisas corram bem, não existam acidentes, não aconteçam furtos, não existam problemas com as forças de segurança, não existam problemas com os visitantes, que existam espaços	R7	

	<p>para estacionamento, etc, etc. portanto a preocupação é muito genérica. Nós fazemos reuniões com todos aqueles que podem ter alguma participação no festival: restaurantes, alojamento, comunicação social, operadores turísticos, empresas de animação, com quem vai ter espaços no Souk, entre outros.</p> <p>Mas por exemplo se falarmos dos restaurantes já têm ido pessoas daqui, muito mal tratadas pela parte gastronómica, ou pelo serviço, ou pelo preço, ou porque há uma grande quantidade de pessoas e alguns restaurantes dizem que têm que esperar cinco minutos que depois se tornam em quarenta ou cinquenta minutos, e tudo isto pode criar uma má imagem de Mértola nas pessoas. Por vezes tudo corre bem, mas basta qualquer coisa que corre mal, e é esse pormenor que as pessoas vão comentar e durante esses quatro dias a Câmara não pode controlar todos os pequenos pormenores.</p> <p>Eu adoro o festival, mas acho que toda a organização partilha do mesmo sentimento, antes do festival estamos desejando que chegue, mas ao segundo dia queremos é que tudo acabe em bem, divertimo-nos muito, mas a pressão é mesmo muita.</p>	
	<p>Em todas as edições do festival o que mais gosto é sempre do contato com a comunidade islâmica, de perceber a cultura deles, os hábitos, as tradições, ir conversando com os artesãos, perceber como é que é a vida deles lá, como é que é cá, e como é que se distinguem aqui as diferenças. O que é que consideram de Mértola. Por vezes pode haver a ideia negativa sobre a religião eu pessoalmente não tenho tanto essa ideia porque sei que... não pode haver nenhuma religião – nós damos sempre a razão, ou atribuímos culpa à religião – eu acho que o Islão é religião, ok! E são um bocado radicais, ok! Mas aqui é sobretudo cultura, tradição, são aspetos comuns connosco, com a nossa comunidade e a identidade deles que é semelhante à nossa e à nossa vila histórica e é isso que nós procuramos explorar. As questões ligadas àqueles grupos mais radicais que até se disputam entre si, não faz para nós sentido pensar que todo o povo é assim. É um povo que acaba por sofrer com estas guerrilhas e com estas lutas, mas é um povo que se pudesse escolher optava por não ter estas guerras e estas lutas. Por isso, quando se fala no Islão eu tento sempre distinguir as duas coisas. Assim como também há em Portugal ou noutros países da Europa grupos radicais. Há pouco tempo estava a conversar com um grupo de amigos que me perguntavam sobre isso, mas afinal nós até temos aqui um exemplo muito concreto aqui em Espanha que tem feito uma série de atentados por toda a Espanha e até fora de Espanha já houve ataques por parte da ETA, mas é evidente que não vamos ficar agora com uma ideia errada dos Espanhóis só por causa daquele grupo. Em relação a estes povos, é igual. Em Mértola a convivência é pacífica com este povo e é a Cultura que nós partilhamos aqui.</p>	R7
	<p>sinto-me muito bem, sinto que pertença àquilo. sinto que é o meu passado, o passado de Mértola que está ali. o que mais gosto é de celebrar a herança árabe.</p>	R8
	<p>Sinto-me muito marroquina, muito islâmica, muito naquele encanto todo.</p>	R9
	<p>Eu gosto muito do festival islâmico, vê-se por aqui muita gente bem disposta, não são só os visitantes, estou a dizer os próprios marroquinos são simpáticos, têm as diferenças deles em relação a nós, mas dão-se bem com toda a gente. No outro dia um rapaz novo, veio aqui a falar árabe, e depois disse “Bom dia” e quis que nós repetíssemos “Bom dia” na língua dele. No dia a seguir, voltou cá para nos dizer Bom dia e ficou à espera que nós respondêssemos o que ele nos tinha ensinado na língua dele, ficou assim com um sorriso de sabermos ainda responder, e ele a dizer em português também.</p>	R10
	<p>no fundo o que queremos mesmo é que as pessoas experienciem algo que recordam com satisfação e acho que isso acontece. Nós estamos no festival, que é um sítio onde vem habitualmente quem vem ao festival, quer levar um souvenir, uma tshirt, ou algum tipo de material que é produzido no âmbito do merchandising do festival e é interessante ver como é que ao longo das edições há rostos que se repetem e que não são pessoas de cá mas que nós reconhecemos, ou que as próprias pessoas dizem que já têm as tshirts de anos anteriores.</p>	R11
	<p>Sinto-me bem, há sempre gente bem disposta e que gosta de cá vir. Não aprecio muito os tipos de músicas, gosto de boa disposição e do convívio com as pessoas. Gosto muito do espaço.</p>	R12

	As nossas raízes são as nossas raízes, e eu até consigo imaginar e sentir como se fosse Mértola há muitos anos. Eu infelizmente tive que emigrar e agora que tenho 70 anos percebo que há coisas que ficam muito gravadas. Consigo imaginar o que era Mértola, o que o rio era para Mértola. Também sempre cresci a ouvir histórias do rio, o que era a importância do rio, talvez também porque o meu avô era pescador, o meu pai nasceu dentro de um barco em Vila Real de Santo António, porque a minha avó ia no barco com o meu avô fazer transporte de coisas e o meu pai nasceu assim.	R13
	sinto-me bem, aquela questão do medo por causa de que se houve falar da religião nunca se sente aqui. Eu gosto muito de falar com eles, essas coisas nem me vêm à ideia, só me sinto assim contente de ver as pessoas e de todas as pessoas serem assim simpáticas.	R13
Negativos	Este ano estou completamente por fora da organização, nem sequer tenho uma única tarefa. Posso dizer é que sentimos que a instituição foi tendo um conjunto de iniciativas e sente-se de alguma forma que trouxemos algumas iniciativas que acabaram por ser entregues a outras instituições. Sem percebermos muito bem porquê, mas por exemplo, quem se lembrou de organizar e explorar o estacionamento fomos nós, e de um ano para o outro isso foi atribuído a outra instituição, o mesmo se passou por exemplo com a venda dos bilhetes do comboio turístico. Neste momento sinto-me à parte, sinto-me um observador, embora... não é que a estrutura me tenha excluído, sou eu pela própria condição em que estou neste momento. No entanto estou a ter uma participação fundamental, na minha opinião, que é a minha casa e os meus projetos.	R2
	Mas este ano estávamos com algum medo – não que fosse um medo confessado – mas com algum receio que alguém poderia achar que esta nossa relação com os Muçulmanos não era a relação certa para se ter. Porque usa-se tanto a religião para fazer barbaridades civilizacionais, mas é verdade, a toda a gente que de alguma maneira estava na organização deste festival, passou esse medo pela cabeça.	R6
	Mas como residente tenho uma relação de Amor-Odio, porque moro no centro histórico, onde ninguém investe, e ninguém quer morar, só vão para lá os pobres velhos e os intelectuais que veem naquilo uma beleza incrível. Então este ano foi horrível morar no centro histórico!	R6
	Cansada, esgotada.	R6

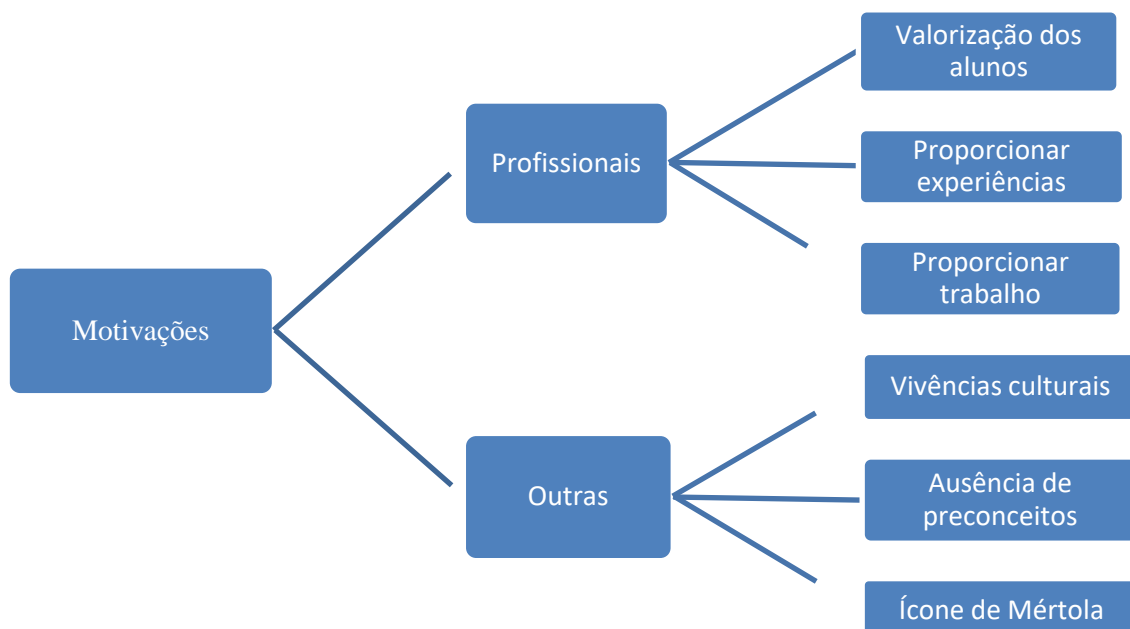
Os sentimentos foram aqui categorizados como Positivos ou Negativos. No que diz respeito aos sentimentos positivos, verifica-se que existem aqui respostas que vão ao encontro da convivência com os outros, e de sentimentos de felicidade. Nomeadamente quando R1 nos diz que “na nossa vila tantas pessoas assim bem-dispostas e com tanta vida” ou “Aqui, do que vejo, todas as pessoas vêm com um espírito bom”. O respondente R3 relembra que “é comum associarmos os festivais aos jovens e aos excessos e problemas, não sei se nós somos a exceção, mas sei que nunca houve problemas, é sempre um ambiente de Paz”, R4 vive também estes momentos referindo que “as pessoas são muito simpáticas e sobretudo vemos pessoas felizes nestes dias”. R7 fala ainda da cultura “Em Mértola a convivência é pacífica com este povo e é a Cultura que nós partilhamos aqui” tal como também R9 relembra “sinto que é o meu passado, o passado de Mértola que está ali” e “o que mais gosto é de celebrar a herança árabe” ao encontro do que também diz a respondente R13 “As nossas raízes são as nossas raízes, e eu até consigo imaginar e sentir como se fosse Mértola há muitos anos”.

No que se refere a sentimentos negativos, foram categorizadas narrativas de apenas 2 residentes, que fazem referência à organização da exploração dos espaços, pois para R2 “sentimos que a instituição foi tendo um conjunto de iniciativas e sente-se de alguma forma que trouxemos algumas iniciativas que acabaram por ser entregues a outras instituições”. Referência também aos medos que se sentem relacionados com religiões, quando R6 nos diz que “este ano estávamos com algum medo – não que fosse um medo confessado – mas com algum receio que alguém poderia achar que esta nossa relação com os Muçulmanos não era a relação certa para se ter”.

5.1.5 Motivações para este evento

Dois tópicos definem a subcategorização das motivações para participar no festival islâmico, razões profissionais, ou outras razões. A figura seguinte apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria (figura 5.4):

Figura 5.4: Motivações dos residentes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (Tabela 5.5):

Tabela 5.5: Motivações para este evento (dos residentes)

Sub Categoria	Motivações para este evento (dos residentes)	
	Unidades de Registo	
		Unidades de Contexto
Razões profissionais	a possibilidade de deixarem os alunos finalistas da escola fazerem parte da organização de um bar, faz com que nos sintamos valorizados.	R1
	A minha preocupação é a de proporcionar às pessoas que nos vêm visitar, é que possam usufruir das experiências. Sinto-me um bocadinho anfitriã, esta é já a 8ª edição, em que eu sou alguém que está a receber.	R4
	sinto-me sempre empolgada e preparada para o grande embate de pessoas. A nossa escola normalmente parece um deserto, e nestes dias está cheia de pessoas, é uma metamorfose.	R6
	basta pensarmos que durante o ano são aqui quatro funcionários e nestes dias, somos sete. E é bom poder dar trabalho a mais pessoas e o festival traz isso	R10
	eu não sou o festival mas sou um dos elementos que contribui para que o festival funcione. À minha maneira, a minha maior motivação é que faço parte da organização e faço parte da equipa de trabalho e isso dá-me alguma realização pessoal, o fazer parte de... E isto ainda é muito maior, quando estamos fora e nos falam do festival islâmico, e nós dizemos “Sim, eu sei, faço parte da organização”. É muito bom fazer parte de algo que é positivo e reconhecido, trazendo notoriedade à vila.	R11
	A nível profissional e apesar de estarmos longe do recinto, é um evento que mexe com a vila toda. As pessoas concentram-se muito mais naquela zona, mas nós aqui também sentimos muito mais movimento, e essa acaba por ser a maior motivação o facto de serem dias com um movimento anormal para o sítio em que vivemos.	R12
Outras razões	Este ano estou a ter uma experiência completamente nova como comerciante vendedor, quase que não vejo este festival porque a experiência de comerciante é o estar preocupado se se vende, se se transporta, como é que se transporta...	R2
	São dias de alegria imensa. Esta nossa festa é de tal ordem que ficamos com saudades, desde que termina até dois anos depois. Saudades das vivências culturais, trocas de experiências com outras culturas. Não só com o Povo islâmico que é quem faz a parceria com este festival, mas com gente de todo o lado que vem até cá.	R3
	Sinto-me feliz, as noites já são mais quentes e as pessoas despem-se de preconceitos vários, saem e aproveitam para serem felizes. A conotação negativa do Islão eu esqueço, é tudo tão positivo, que nem penso no obscurantismo ou na ausência de liberdade, não sinto aquele lado do medo da cultura religiosa.	R5
	enquanto pessoa é algo que me agrada, vamos lá ver, Depois acho que é uma iniciativa excelente, muito bem organizada, muito bem pensada, melhor a cada edição que passa. É autêntico, é verdadeiro, que é aquilo que não se vê por aí. Há pouco tempo fui a Beja, e vi passar um cortejo que aquilo era a Beja Romana, mas aquilo para mim era um Carnaval. Se calhar é como são os dias medievais de Castro Marim, que já lá estive uma série de vezes e não consigo entrar no espírito porque pode até ser muito bonito, mas é muito carnaval, e este aqui não é encenado.	R8
	O Festival é um ícone quase, porque as pessoas associam já Mértola sendo do Festival. Por isso tem que se ter muito cuidado e tratar o festival com paninhos de lã, é uma coisa única que temos aqui.	R9

	Do movimento que a vila ganha, parece outra terra. Mais trabalho, mais animação, as próprias pessoas andam mais felizes.	R12
	Estas iniciativas promovem o voluntariado, e ajudam sempre e assim podemos ajudar mais a quem precisa.	R13

Como motivações para este evento existem duas categorizações. Como razões profissionais o respondente R1 salienta a importância da contribuição dos alunos finalistas no festival “a possibilidade de deixarem os alunos finalistas da escola fazerem parte da organização de um bar, faz com que nos sintamos valorizados”, já a respondente R4 tem como motivação “proporcionar às pessoas que nos vêm visitar, é que possam usufruir das experiências. Sinto-me um bocadinho anfitriã”. Para a respondente R6 nestes dias “A nossa escola normalmente parece um deserto, e nestes dias está cheia de pessoas, é uma metamorfose”. R10 refere como motivação a possibilidade de potenciar trabalho a outros, que surge com este festival afirmando que “durante o ano são aqui quatro funcionários e nestes dias, somos sete. E é bom poder dar trabalho a mais pessoas e o festival traz isso”. Para R11 “É muito bom fazer parte de algo que é positivo e reconhecido, trazendo notoriedade à vila”.

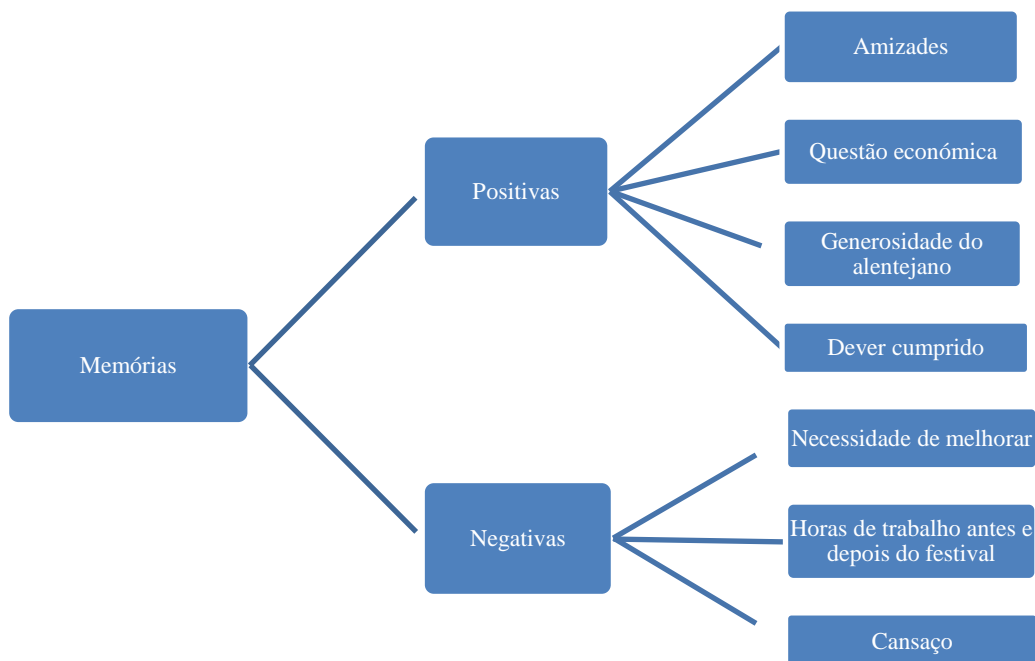
Noutras razões para motivações ficaram as respostas de R5 “Sinto-me feliz, as noites já são mais quentes e as pessoas despem-se de preconceitos vários, saem e aproveitam para serem felizes” o que vai ao encontro do que diz R12 “Mais trabalho, mais animação, as próprias pessoas andam mais felizes”. O respondente R8 tem como motivação o facto de ser “autêntico, é verdadeiro, que é aquilo que não se vê por aí. De destacar a motivação de R13 que apresenta como motivação “Estas iniciativas promovem o voluntariado, e ajudam sempre e assim podemos ajudar mais a quem precisa”.

5.1.6 As memórias que ficam (dos residentes)

Dois tópicos definem a subcategorização das memórias que ficam depois de terminar o festival islâmico, memórias positivas ou negativas. A figura seguinte apresenta os dois

tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria (figura 5.5):

Figura 5.5: Memórias dos residentes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (tabela 5.6):

Tabela 5.6: As memórias que ficam (dos residentes)

Subcategoria	Memórias dos Residentes		Unidades de Contexto
	Unidades de Registo		
Positivas	Quando termina ficam boas recordações, alegres, do que conseguimos aproveitar, com os nossos amigos, do tempo que passamos com eles, e com muitos outros, fica a recordação da vila com muita gente	R1	
	Para já fica... fica a questão económica que obviamente é importante, mas hoje em dia não dependemos assim tanto do festival, mas sim dúvida que é um à portée importante.	R2	
	Fica uma sensação de bem-estar, de orgulho- a responsabilidade maior é da Câmara, mas existem muitas entidades a trabalhar para este resultado de sucesso. Cada um faz a sua parte, o melhor possível, e nada disto seria possível se fosse uma organização isolada.	R3	
	E fica a memória de que são muitas panelas de comida em todas as casas mas com a boa vontade e generosidade do Alentejano, tudo se consegue. O Alentejano tem sempre	R3	

	a mesa posta, e nestes dias tem que ter também a mesa posta, só que para um maior número de visitas e é o que acontece um pouco em todas as casas de Mértola nestes dias.	
	Penso que depois do festival, agora que passou uma semana é importante fazer um balanço. Não podemos fechar a porta e esquecer. É preciso saber o que correu bem, o que correu menos bem, para que no próximo festival, do ponto de vista logístico, as coisas possam correr ainda melhor.	R4
	O que eu sinto, e que já me habituei e o que vou dizer é, grande parte das edições do Festival termina com chuva e muito mau tempo no último dia, sem querer o nosso cérebro e as emoções – que são o que move as pessoas – associam o tempo ao estado de espírito. Acho que o nosso cérebro – daqueles que estamos cá sempre e vivemos tanto isto, o nosso cérebro parece que já está à espera daquele final que parece até um bocadinho apocalíptico, por isso, o fim do Festival ´sempre um dia triste e cinzento.	R5
	A Sociedade fica mais feliz, já ficam à espera que venha o Festival Islâmico, já sentimos aqui aquele desejo, que chegue o Souk que nos leva para outros tempos. E há sempre um desejo que volte a acontecer.	R5
	há muitos festivais que são muito “Tiriló”, são muito plastificados, este aqui é muito autêntico.	R6
	Fica uma consciência e um espírito grande de dever cumprido. Penso que este festival – que foi a 8ª edição – foi a melhor de todas. Não me chegou queixa nenhuma, sei que chegaram algumas à organização, mas sobre questões menores. E depois da nossa avaliação, sinto que tudo valeu a pena, todas as reuniões, percorrer o centro histórico dezenas de vezes para saber onde é que ficam alguns pormenores, e eu gosto de fazer parte destas sequências todas, até de por exemplo perceber as sequências dos panos. É um dever cumprido.	R7
	Fica. com as escola fazemos tudo o que há para fazer, estes meninos têm a sorte de estar aqui quase dentro do festival. Participamos em tudo, nos dois dias de escola em que há festival. Depois na segunda feira fizemos um trabalho sobre o fim de semana em que perguntámos a cada um o que tinham gostado mais, e eles foram uns valentes porque ouviram uma estória em que viveram emoções muito fortes entre o fascínio e o medo. Aquela estória foi tão verdadeira que o que eles mais gostaram foi do Dragão da estória. Mas o que fica também é os meninos perceberem que nós respeitamos e aceitamos o que é diferente, pronto. Essa parte intercultural da nossa ação no festival, é em primeiro lugar a interculturalidade. Porquê? Porque nós aqui não temos assim grande diferença ou diversidade, na minha sala as diferenças são nas idades, uns têm 3, outros têm 4, outros têm 5, e depois não há mais nada. Não há meninos com problemas motores, já tivemos uma menina chinesa, mas este festival sim, deixa-nos a aceitação da diferença. Com este festival, os meninos sabem que há pessoas que comem de maneira diferente, que dançam de maneira diferente, ouvem uma música um bocadinho diferente da nossa, ou daquilo a que estão habituados, pessoas que rezam de maneira diferente, escrevem de maneira diferente. Por exemplo com a escrita é interessantíssimo porque eles percebem que ao contrário de nós que escrevemos da esquerda para a direita e de cima para baixo, estas pessoas fazem ao contrário. Este ano conseguimos que todos tivessem o nome escrito em árabe, o senhor fez-nos um preço especial num cartão mais pequenino e negociámos, ficou a cinquenta cêntimos cada um, foi bom. Depois fica aqui a questão do tempo, porque dizemos “há muito tempo” mas o que eles conhecem e até onde conseguem chegar é ao avô, por isso combinamos com o Campo Arqueológico e eles vão fazer uma atividade na Alcáçova do Castelo de onde foi retirado aquele espólio que está no Museu, e lá eles preparam grandes caixas com areia onde estão fragmentos de objetos. As crianças utilizam o pincel, a pазinha, e quando encontram o fragmento vão logo fazer o Bilhete de identidade do fragmento e colocam num saquinho. Eles adoram esta atividade de descobrir o passado, muitos choram porque não querem sair de lá! É uma atividade que lhes enche as medidas, isto no ano em que há Festival Islâmico, no ano em que não há, dedicamo-nos mais ao Romano, ao Parque Natural, aos Linces, e a muitas outras atividades que Mértola oferece, pois Mértola não tem só o Património Edificado, é também Património Natural.	R8
	Fica uma mais-valia enorme. E fica a experiência, fica a vontade que volte a acontecer, mas fica a percepção total de que não funcionaria se fosse todos os anos. O facto de ser	R9

	de dois em dois anos faz com que tenham mais fome do festival, e isso também ajuda a criar aquele encanto. Fica sempre muita vontade que volte outra vez, e em termos de negócio é ótimo.	
	Quando acaba é um alívio, dorme-se um bom sono, e estamos pronto para o próximo.	R10
	Passa muito rápido. Quando estamos lá sentimos o cansaço do trabalho e todo o stress, mas quando termina fica a saudade das pessoas com quem nos cruzámos. Fica a vontade e o desejo de que volte rápido.	R11
	Voltamos à mesma rotina, mas há algumas pessoas que voltam depois noutras alturas. Gostaram do atendimento e da forma como foram recebidas, o que é ótimo para quem está deste lado.	R12
	Quando termina parece que ficamos surdos, deixa de haver aquela vida toda, aquela felicidade de dia e de noite.	R13
Negativas	Fica a vontade de voltar a haver festival, mas um festival que seja repensado, num registo diferente, mais participado pela tal sociedade civil, que isso acho que é absolutamente fundamental. Acho que o festival vai ter que se reinventar rapidamente, e se queremos o festival vivo e que ele cresça, tem que ser repensado e tem que vir a Sociedade Civil. Fala-se muito hoje, de uma forma muito eufemística da sociedade civil, daquilo que a sociedade civil acha. Pergunta-se à sociedade civil se “gostam disto” querem isto?” mas o isto já está sempre definido, quem é que vai ficar com o quê, e isso é um erro. Eu neste momento tenho uma visão, e não é só do festival, que não tinha antes perceção. Eu que já fiz parte do festival, antes ouvia críticas que não conseguia perceber, e que agora neste lado já consigo. Nós quando vestimos a pele do outro é outro ponto de vista, e isto aprende-se com a idade e com a experiência, é preciso que quem está em determinada posição tenha outros pontos de vista.	R2
	Ficam muitas horas de arrumação e encaixotar coisas. Quando nos entregaram aquele quintalão enorme foi uma grande infraestrutura que montámos ali, e é uma pena que tenha sido só para os quatro dias. Foi muito trabalho que mesmo depois de terminar deixa ainda muita coisa para fazer.	R6
	Como o café é aqui, o festival para nós começa antes e termina depois. Fica muito cansaço, são os dias antes é muito stress.	R10
	Mas há aqui pormenores que não estão bem organizados, e há pessoas que deixam de vir ou não vêm tantos dias, porque não temos estacionamento, acessos, não estamos preparados para tanta gente, a vila parece que não tem tamanho para isto.	R10
	E depois fica é muita coisa para limpar e às vezes a CMM não consegue ter atenção a tudo, na porta da Igreja estava um espaço de comida, deixaram tudo cheio de nódoas. O Sr. Padre mandou cartas para a CMM mas não apareceu ninguém e teve que ser o Sr. Padre.	R13

Destaca-se aqui o facto de todos os respondentes apresentarem memórias positivas do festival, no entanto quatro dos residentes apresentaram também alguns pontos que negativos.

O respondente R1 afirma ficar com “boas recordações, alegres (...) os nossos amigos (...) a vila com muita gente”. Para R2 “a questão económica” e o respondente R9 quando diz “Fica sempre muita vontade que volte outra vez, e em termos de negócio é ótimo.”. R3 sente um “bem-estar, de orgulho”, e R5 refere que “A Sociedade fica mais feliz”. R7 considera que “tudo valeu a pena” e até para as crianças foi importante pois como refere R8 “os meninos perceberam que nós respeitamos e aceitamos o que é diferente”

Mas ficam também as memórias ligadas a dias de muito trabalho, nomeadamente quando R10 nos diz que “Quando acaba é um alívio”, e R11 “sentimos o cansaço do trabalho”, o que pode ser positivo pois o respondente R12 afirma que “há algumas pessoas que voltam depois noutras alturas”.

Com memórias negativas salientam-se as referências de R2 pois na opinião deste é necessário “um festival que seja repensado, num registo diferente”; o mesmo pensa o residente 10 salienta dizendo que “Há pormenores que não estão bem organizados (...)a vila parece que não tem tamanho para isto”.

R6 refere que “Ficam muitas horas de arrumação e encaixotar coisas (...) é uma pena que tenha sido só para os quatro dias. Foi muito trabalho que mesmo depois de terminar deixa ainda muita coisa para fazer.” O que vai ao encontro da opinião de R10 que afirma “o festival para nós começa antes e termina depois. Fica muito cansaço, (...) é muito stress”. Também R13 se refere ao trabalho que fica após o festival salientando que depois “fica é muita coisa para limpar e às vezes a CMM não consegue ter atenção a tudo”

5.1.7 Narrativas do Festival

Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os residentes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (tabela 5.7):

Tabela 5.7: Narrativas do Festival



Na última questão, em que foi solicitado aos residentes que descrevessem em três palavras o festival, ficou destacada a palavra “Alegria”. A palavra alegria é ao longo de todas as narrativas referida com alguma frequência, por isso acaba por ter este destaque, mas outras palavras que podem ser relacionadas com a Alegria estão também presentes, nomeadamente “Felicidade” ou “Divertido”, “Amizade” ou “Fantástico”. O que vai ao encontro das narrativas descritas nos sentimentos.

A palavra “Herança” que dá resposta ao objetivo específico número quatro que pretende reforçar a potencialidade turística e económica ligada à herança islâmica

Seguindo-se as palavras “Trabalho” e “Cansaço”. Trabalho e cansaço aparecem aqui destacadas e naturalmente que estão relacionadas, pois são várias as narrativas que descrevem estes dias de trabalho intenso, o que vai dar como atingido o objetivo cinco que pretende contribuir para o aumento da atratividade regional;

Partindo das narrativas dos pontos anteriores percebemos que “metamorfose”, “multicultural” e “genuíno” estão relacionados, sendo que existe em Mértola uma metamorfose onde se fundem diferentes culturas mas que se apresentam de uma maneira

genuína e não teatral ou encenada, fechando assim o objetivo três que pretendia qualificar o centro histórico de Mértola e o Museu de Mértola com novas atrações e funcionalidades, de forma a potenciar e diversificar o número de visitantes;

5.2 As experiências dos Visitantes

5.2.1 Caracterização da amostra

A amostra de visitantes apresenta a seguinte caracterização (tabela 5.8):

Tabela 5.8: Caracterização da amostra de Visitantes

Visitante	Género	Profissão	Nível de escolaridade?	Idade	Residente Alentejo	1ª vez presente?	Veio acompanhado?	Duração da estada	Tirou férias para vir ao festival islâmico?
V1	F	Professora	Ensino Superior	40	Não	Sim	Amigos	2 dias	Não
V2	F	Funcionária Pública	Ensino Secundário	54	Não	Sim	Companheiro	3 dias	Não
V3	F	Estudante	Frequenta o ensino superior	19	Sim	Sim	Amigos	4 dias	Sim
V4	M	Técnico de qualidade alimentar	Ensino Secundário	45	Não	Não	Amigos	4 dias	Sim
V5	F	Estudante e Artista	Frequenta o ensino superior	20	Não	Sim	Amigos Companheiro	3 dias	Sim
V6	M	Eng. Informático	Ens Superior	40	Não	Não	Amigos Companheira	3 dias	Sim
V7	F	Estudante	Frequenta o ensino superior	18	Não	Sim	Amigos Família	2 dias	Não
V8	M	Reformado	Ensino Básico	58	Sim	Sim	Família	1 dia	Não
V9	M	Fotógrafo	Ensino Secundário	37	Não	Não	Família	1 dia	Não
V10	M	Ator	Ensino Secundário	41	Não	Sim	Família Outros	1 dia	Não
V11	F	Ramo da cultura, espetáculo, teatro, cinema	Ensino Secundário	59	Não	Não	Amigos Companheiro	4 dias	Sim
V12	F	Técnica superior de relações internacionais	Ensino Superior	41	Sim	Não	Família	1 dia	Não
V13	F	Técnica de vendas	Ensino Secundário	39	Não	Sim	Amigos Família	2 dias	Não

Dos treze visitantes entrevistados, as idades variam entre os 18 e os 59 anos, apresentando uma média de 39 anos. 46% (seis) frequentam ou terminaram o ensino superior, 54% apresentam outras habilitações. 77% (dez) dos visitantes entrevistados não são residentes no Alentejo. 100% dos entrevistados vieram acompanhados ao festival, 62% (oito) são visitantes que já estiveram presentes em outras edições do festival. De referir que cinco destes visitantes tiraram férias para poderem estar no festival, o que fez com que pudessem usufruir do mesmo três ou quatro dias.

5.2.2 As experiências no Festival

No que se refere à experiência, esta foi subcategorizada em seis tópicos. Sendo que a primeira subcategorização se divide ainda em cinco diferentes itens, como se pode observar (figura 5.6):

Figura 5.6: Experiências dos visitantes

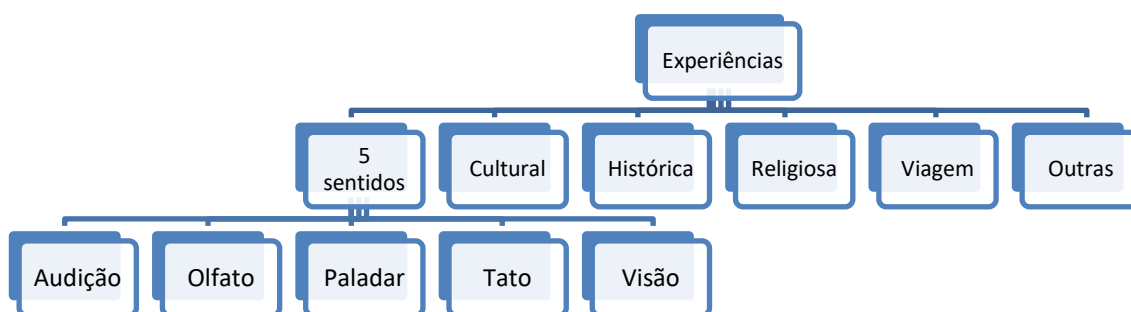


Tabela 5.9: Experiências dos Visitantes

Subcategoria	Experiências dos Visitantes	
	Unidades de Registo	
		Unidades de Contexto
Cinco sentidos	Toda a música que por aqui há, não só os concertos, mas toda a música em todos os espaços. As plantinhas que se vendem em todo o lado que dão aqueles cheiros tão diferentes dos nossos dias. Bebi uns chás incríveis, e depois é esta coisa dos cheiros onde quer que vamos.	V3
	Usufriui não só visualmente, como também através de outros sentidos, como o ouvido por causa dos concertos, da maneira de falar deles eu é outra língua, desde o paladar das coisas que nos dão a experimentar que são sabores intensos, os chás que nós fazemos os nossos chazinhos mas não se comparam a estes.	V5
	parte gastronómica.	V6
	As ruas com toda esta azáfama, este reboiço, os sons, as vendarolas,	V9

	Principalmente os cheiros, é uma coisa que se destaca logo é o cheiro que a vila tem nestes dias.	V12
Cultural	Gostei de ver os teatros de rua, e a maneira como as pessoas se apresentam vestidas. Se soubesse que era assim, também teria vindo preparada, portanto acho que é interessante, as pessoas apresentarem-se e isso também faz parte desta cultura.	V2
	Eu já venho cá há vários anos. Gosto muito de África e do mundo Árabe, cativa-me este tipo de vivências, de atividades, gosto de poder partilhar e sentir isto. Espetáculos, concertos, artesanato, comidas.	V4
	eu gosto tanto desta cultura, e identifico-me tanto com ela, que já vinha completamente preparada para me meter dentro disto. É um cenário próprio, com a verdadeira cultura. Um cenário que existe mesmo, é mais do que um cenário.	V5
	Vi os concertos, fizemos a visita às muralhas pudemos ver a vista toda, adquirir produtos islâmicos e regionais, é uma experiência muito rica.	V5
	Gosto muito da música, da deles e das nossas de cá. O cante alentejano que tem sido tão falado agora e também ouvi aqui.	V8
	As pessoas aqui procuram saber um pouco mais do que é isto do islâmico, deu para sentir este espírito agradável. Mas há aqui uma tentativa da organização de facultar o que é interessante que possa vir do mundo islâmico, em termos de cultura, poesia, musica, e deu para sentir que o público procura conhecimento, procura informação, procura saber.	V10
	Mas fui ontem a dois lançamentos de livros de que gostei muito, saí à noite, fui beber umas cervejas e ver os jovens.	V11
Histórica	Todo o cenário está montado, a própria arquitetura da vila já tem a arquitetura islâmica.	V5
	Gosto mais é mesmo da decoração, deste “o que é islâmico”. Como era Mértola Islâmica.	V7
	o pensar Mértola, como é que teria sido quando tinha a influência islâmica. É muito mística. havia aqui comércio, os barcos, estar num sítio onde se passou tanta coisa. É uma carga muito forte de coisas que já aconteceram aqui.	V9
Religiosa	as pessoas procuram tentar perceber o que é isto do Islâmico também muito porque há uma curiosidade maior, pelas piores razões que são as que estão ligadas à religião.	V10
	Eu acho que me esqueci por momentos que estava só a uns 150 km de casa, pensei mesmo que estava noutra sítio, o meu filho tem oito anos e perguntou-me a rir se estávamos mesmo em Portugal, porque estávamos a chegar lá acima e estavam a chamar para a reza, que depois é que me disseram que era a chamar para a reza, e foi assim, estranho.	V13
Viagem	Olhe tive a experiência do ir para fora cá dentro, eu já estive em Marrocos, e quando andava por ali no meio do festival achei que estava por lá outra vez. Quase me esqueci que estava em Mértola.	V1
	As muralhas, assemelha-se um pouco para quem conhece a Tunísia, Marrocos ou a Argélia acaba por as ruas serem muito idênticas, as ruas, os cheiros.	V4
	Sinto que pareço estar a visitar outro país.	V6
	Não é uma feira normal aqui, é quase como um transporte entre o estar no Alentejo mas não estar.	V12
	E gosto do ambiente, desta vila transformada num outro lugar.	V12
	Destas ruas árabes, com pessoas verdadeiras, não eram atores, não sei..	V13
Outros	Comércio de produtos árabes, um ambiente diferente do que estamos habituados a viver no dia a dia.	V6
	As experiências para mim aqui são difíceis, porque eu estou sempre a fazer comparações porque viajei trinta e tal anos pelo mundo inteiro, mas como nasci cá e é a minha Terra, estou sempre a tentar ser condescendente. Mas eu conheço bem África, já fiz filmes no Deserto. Andei pelo mundo durante mais de trinta anos. Agora vivo em Lisboa, mas a minha casa é a minha pele, sou uma mulher ambulante.	V11
	A experiência aqui é ser Alentejana, eu quando chego ao Alentejo começo logo a falar a minha língua alentejana. Tinha uma coisa com o Nicolau Breyner em que fizemos uma recolha de palavras que nos lembrávamos. O Nico é de Serpa e já tínhamos um dicionário enorme, dicionário de termos alentejanos, falava com ele à moda daqui, e ninguém percebia.	V11
	Gosto dos produtos que posso comprar aqui, são coisas diferentes que não encontramos nas nossas lojas. Artigos que não há por cá, ou não se encontram com facilidade.	V12

Foram separadas em seis subcategorias as experiências descritas pelos residentes, e a análise dos resultados diz-nos que:

Cinco sentidos:

Ao longo das narrativas são frequentes as narrativas que nos remetem para experiências relacionadas com os cinco sentidos, nomeadamente quando V3 refere que “a música que por aqui há, não só os concertos, mas toda a música em todos os espaços” mas também “Bebi uns chás incríveis, e depois é esta coisa dos cheiros onde quer que vamos”. O respondente V5 salienta que “desde o paladar das coisas que nos dão a experimentar que são sabores intensos, os chás que nós fazemos os nossos chazinhos mas não se comparam a estes”, e V12 que “os cheiros, é uma coisa que se destaca logo é o cheiro que a vila tem nestes dias”.

Experiência Cultural

A respondente V2 salienta que gostou de ver “a maneira como as pessoas se apresentam vestidas. Se soubesse que era assim, também teria vindo preparada”, para o respondente V4 o facto de gostar “muito de África e do mundo Árabe” cativa-o e afirmando que “cativa-me este tipo de vivências, de atividades, gosto de poder partilhar e sentir isto”, da mesma opinião é V5 que se identifica com a cultura realçando que “Já vinha preparada para me meter dentro disto. É um cenário próprio com a verdadeira cultura. O respondente V10 percebe que “há aqui uma tentativa da organização de facultar o que é interessante que possa vir do mundo islâmico, em termos de cultura, poesia, musica, e deu para sentir que o pública procura conhecimento”, também V11 se refere à literatura afirmando que “fui ontem a dois lançamentos de livros de que gostei muito”.

Histórica

O aspeto histórico da vila aparece na narrativa de V5 quando nos diz que “a própria arquitetura da vila já tem a arquitetura islâmica”, o que relembra mais facilmente a V7 “Como era Mértola Islâmica”, também o respondente V9 se refere ao passado afirmando que “É muito mística. havia aqui comércio, os barcos, estar num sítio onde se passou tanta coisa. É uma carga muito forte de coisas que já aconteceram aqui”.

Religiosa

Enquanto experiência religiosa as narrativas são do respondente V10 “as pessoas procuram tentar perceber o que é isto do Islâmico também muito porque há uma curiosidade maior, pelas piores razões que são as que estão ligadas à religião”, e do respondente V13 que por momentos pensou não estar em Portugal e “porque estávamos a chegar lá acima e estavam a chamar para a reza, que depois é que me disseram que era a chamar para a reza, e foi assim, estranho”.

Viagem

Também como experiência de viagem aparecem algumas narrativas, nomeadamente o respondente V1 que já esteve em Marrocos e “quando andava por ali no meio do festival achei que estava por lá outra vez”. Marrocos aparece também referenciado por V4 em “As muralhas, assemelha-se um pouco para quem conhece a Tunísia, Marrocos ou a Argélia acaba por as ruas serem muito idênticas, as ruas, os cheiros”. Sem referência a um país específico aparece a respondente V6 “sinto que estou a visitar outro país, tal como V12 que afirma mesmo que “Não é uma feira normal aqui, é quase como um transporte entre o estar no Alentejo mas não estar (...) esta vila transformada noutra lugar”.

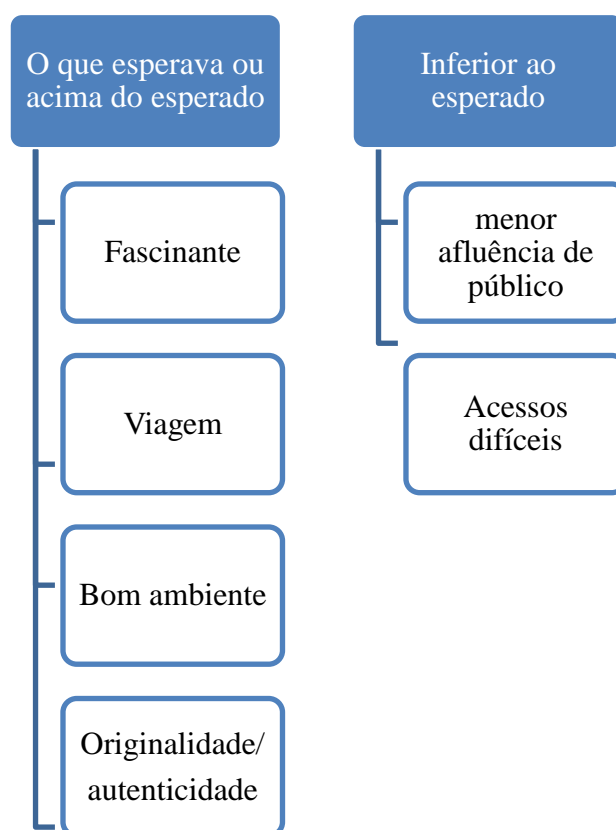
Outros

Outras experiências relatadas que não foram incluídas nas categorizações acima por serem experiências com apenas dois testemunhos, nomeadamente no que se refere à aquisição de produtos árabes relatada pelos respondentes V6 e V12. De referir também o testemunho de V11 que afirma que a experiência é difícil de descrever pois “As experiências para mim aqui são difíceis, porque eu estou sempre a fazer comparações porque viajei trinta e tal anos pelo mundo inteiro, mas como nasci cá e é a minha Terra, estou sempre a tentar ser condescendente. Mas eu conheço bem África, já fiz filmes no Deserto. Andei pelo mundo durante mais de trinta anos. Agora vivo em Lisboa, mas a minha casa é a minha pele, sou uma mulher ambulante”.

5.2.3 As expetativas iniciais

No que se refere às expetativas, encontram-se subcategorizadas em dois tópicos “O que esperava ou acima do esperado” ou “inferior ao esperado”. A figura seguinte apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria (figura 5.7):

Figura 5.7: Expetativas dos visitantes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os visitantes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias:

Tabela 5.10: Expetativas dos Visitantes

Subcategoria	Expetativas dos Visitantes	Unidades de Contexto
	Unidades de Registo	
O que esperava ou acima do esperado	Foi muito melhor do que as expetativas.	V1
	Sim, foi muito bom	V2
	Eu acho que não tinha grandes expetativas, mas por exemplo o mercado para mim... fiquei fascinada, é enorme, e tudo tão verdadeiro.	V3
	Eu tenho a dizer que as minhas expetativas eram elevadas, porque já conhecia pessoas de cá que já me tinham falado muito do festival, e elevaram mesmo muito as minhas expetativas, mas por acaso o festival esteve mesmo à altura delas porque é verdade que tudo isto é espetacular. Nem parece que estou na mesma terra que já cá tinha vindo visitar.	V5
	Sim, corre tudo bem nas diferentes zonas do festival.	V6
	Sim, correspondeu.	V7
	sim sim sim, a agitação, as vendas, Mértola é assim muito mística.	V9
	Sim, estão preenchidas, não estava muito calor, deu para passear entre espetáculos e é um ambiente excelente o que se faz sentir.	V10
	Sim, mas acho que não tinha percebido bem que aqui é tudo verdade, o cenário já existe mesmo, a mesquita igual à deles, o castelo, as ruas estreitas, o rio, é todo o cenário.	V13
	Inferior ao esperado	mas achei que havia muita gente, era até difícil de passar nas ruas, mesmo de noite há tanta gente que se torna difícil passar nas ruas.
Sim, se bem que este ano achei que os espetáculos tinham menos gente a assistir		V4
Eu sou uma pessoa muito informada e sei o que é viver lá dentro. Quem organiza isto são pessoas muito teóricas... não tenho estudos na área nem coisa nenhuma, mas se calhar sei mais do que eles que estão aqui, porque é como já te disse filha, eu vivi lá dentro, lá com os árabes, a falar árabe, a cozinha comidas árabes... eu gosto de estar aqui, acho que a vila fica muito bonita, mas pronto... eu de Portugal não espero nada, nem do Alentejo. Não espero nada, porque eu conheço a classe política que está a governar o país, não espero nada. Não tenho grande expetativa para coisa nenhuma neste país, eu sei que as mentalidades não vão mais longe, e os compadrios e os interesses. Eu penso que sou uma pessoa muito bem informada, por isso já não tenho expetativas, raciocino de outra maneira. Os ignorantes são mais felizes, e eu sou ignorante, mas não sou que chegue.		V11

As expetativas foram superadas por V1 que afirma que “Foi muito melhor do que as expetativas.”, V2 especifica mesmo que “não tinha grandes expetativas, mas por exemplo o mercado para mim... fiquei fascinada, é enorme, e tudo tão verdadeiro”.

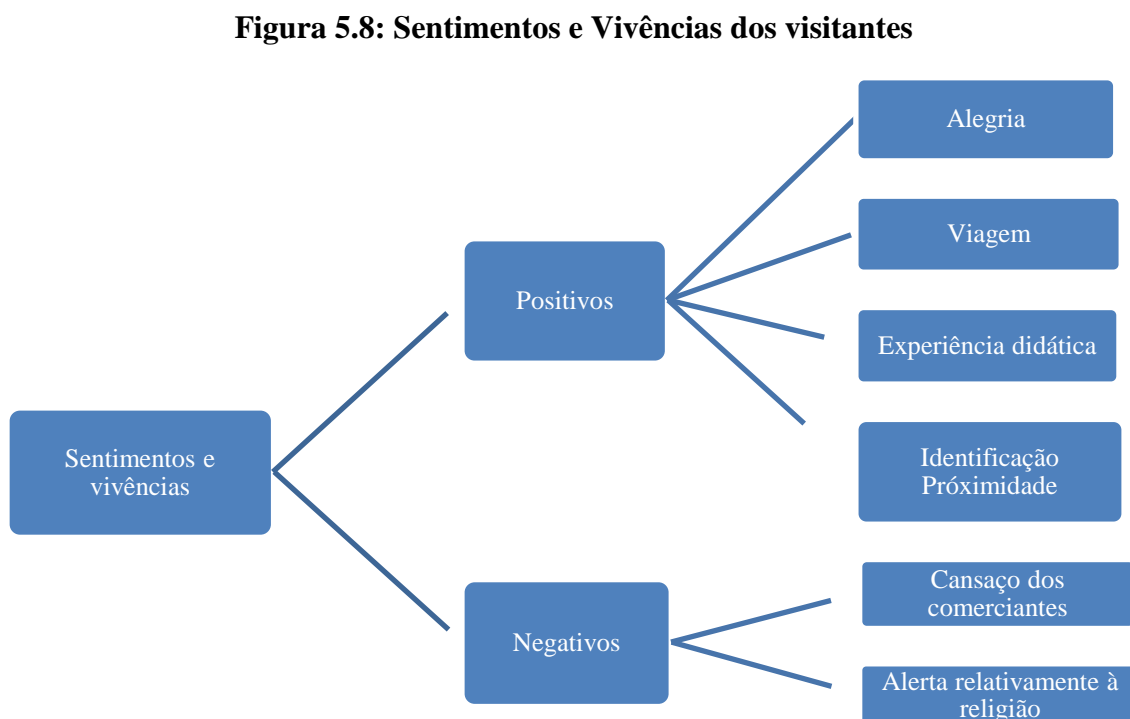
O respondente V5 que criou expetativas muito elevadas afirma que “as minhas expetativas eram elevadas, porque já conhecia pessoas de cá que já me tinham falado muito do festival, e elevaram mesmo muito as minhas expetativas, mas por acaso o festival esteve mesmo à altura delas porque é verdade que tudo isto é espetacular”. V10 refere-se a ambiente afirmando que “Sim, estão preenchidas, não estava muito calor, deu para passear entre espetáculos e é um ambiente excelente o que se faz sentir.”. Para V9

“Mértola é assim muito mística” indo ao encontro de V13 “acho que não tinha percebido bem que aqui é tudo verdade, o cenário já existe mesmo, a mesquita igual à deles, o castelo, as ruas estreitas, o rio, é todo o cenário”.

Consideram que as expetativas ficaram abaixo do esperado o respondente V2 porque “havia muita gente, era até difícil de passar nas ruas, mesmo de noite há tanta gente que se torna difícil passar nas ruas”, já V4 também considera que as expetativas ficaram abaixo mas ao contrário de V2 é da opinião de que “este ano achei que os espetáculos tinham menos gente a assistir”.

5.2.4 Sentimentos e vivências

Os sentimentos e vivências encontram-se subcategorizados em dois tópicos, positivos ou negativos. A figura seguinte apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria (figura 5.8):



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os visitantes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias:

Tabela 5.11: Sentimentos e vivências dos Visitantes

Subcategorias	Sentimentos e vivências dos Visitantes	Unidades de Contexto
	Unidades de Registo	
Positivos	A alegria das pessoas. É como digo, parecia que nem estava em Portugal. Fiz mesmo parte daquele espírito. Olhe, estava fascinada.	V1
	Eu já conhecia Mértola, mas havia ruas onde eu nunca tinha passado, ruas muito estreitinhas, todos aqueles cheiros das especiarias dos chás. Gostei de ver as pessoas e as suas vestes Acho que fiz parte daquelas vivências, tive pena de não ter vindo vestida a rigor. Senti-me bem, gostei de participar, acho que as pessoas devem cá vir se tiverem oportunidade.	V2
	eu gosto muito destes ambientes. Não só a noite, é todo o ambiente, todas as pessoas que encontramos. Foi uma experiência muito didática, aprendi tanto neste festival. Gosto muito deste ambiente, tantas pessoas nas ruas, é o ambiente todo. Não me sinto parte da cultura, mas consigo imaginar e ver a cultura deles, e perceber como isto era na altura. Senti-me super deslumbrada com tudo, tantas cores, e tantas coisas num só festival.	V3
	Gosto da forma como e onde é feito, e sinto-me bem, identifico-me muito com esta cultura. Sinto que partilho realmente isto, eu e todas as pessoas que por aqui andam parecem entrar neste espírito árabe.	V4
	É difícil escolher. Mas tanto temos a parte cultural, como depois temos a parte mais da vida boémia. Gosto de vivenciar estas vidas, as músicas, as diferenças. E são estas experiências que nos fazem crescer. Adorei, sinto que fiz parte de tudo aquilo por onde passei. Fez-me sentir muito próxima destas pessoas.	V5
	Anda-se bem por aqui, e as pessoas andam bem-dispostas. Há música por todo o lado.	V6
	Sim, faço parte, são vivências minhas também. Sinto-me bem, muito acarinhada pelas pessoas daqui.	V7
	Gosto de tudo, eu gosto muito de ver coisas novas, aprende-se sempre qualquer coisinha. Olhe gostei muito de andar e ver estas pessoas, vestidos à maneira deles, são muito simpáticos.	V8
	É sentir o reviver um passado distante, que me fascina e que na verdade não vivi. acima de tudo é a agitação, os sons, o poder reviver um sítio como Mértola e pensar que está cá há tantos anos com tanta história.	V9
	Há a preocupação de dispersar os diferentes espetáculos, para que as pessoas possam conhecer diferentes espaços.	V10

	É muito fácil fazer um espetáculo neste festival, mas para devolver ao público é preciso que o público ofereça isso, e este público é um público que tal como nós gosta daquilo que está a viver no festival islâmico.	V10
	O que mais gosto é das pessoas. Estou muito atenta à alegria que há entre os jovens, à alegria e à partilha, é o que mais me encanta aqui. Não quero saber dos produtos árabes, nada disso me interessa porque vivi muitos anos em países árabes, fiz filmes lá, trabalhei lá já em diferentes momentos. Gosto, sinto-me muito bem, a vila fica muito bonita Eu sou diferente, e não quero que os outros fiquem iguais a mim. Nem eu quero ser igual a ninguém. Gosto de andar ao sabor do vento, como quando tenho fome, e bebo quando tenho sede. Ser feliz? Isso é tudo muito relativo, mas fico feliz quando vejo os outros felizes.	V11
	Sinto-me uma turista, faz de conta que não estou cá em Portugal.	V12
	Ai, gostei de tudo, as pessoas cá parece preparam tudo para que os que os visitam se sintam muito bem, quase que dá vontade de vir para cá viver. A ideia que se tem de um Alentejo parado no tempo não é de certeza este Alentejo de Mértola, quer dizer, eu não sei como é nos outros dias.	V13
Negativos	acho é que as pessoas dos restaurantes e cafés têm muito trabalho e depois acabam por descarregar um bocadito da má disposição em quem encontram. Talvez sejam pessoas a mais para tão poucos dias.	V1
	Gostava de ter jantado no festival, mas as ruas são muito estreitinhas e estava muita gente, era complicado estar nas filas à espera.	V2
	Senti-me bem, mas tem que se andar muito para ver tudo.	V8
	Quando ouvi isso de chamarem para a reza, lembrei-me de algumas coisas graves que sabemos que acontecem pelo mundo por causa destes vícios de algumas religiões, nomeadamente desta. Nessa altura fiquei um bocadinho com, não foi bem medo, mas respeito e alerta, mas de resto tudo bem.	V13

Como sentimentos positivos vários dos respondentes visitantes identificam a alegria e as pessoas que fazem parte deste festival, sendo que é todo o ambiente de envolvimento que traz este positivismo ao festival, V1 sentiu-se “fascinada” e V3 “deslumbrada”.

O respondente V4 reconhece um sentimento de identificação afirmando que “Gosto da forma como e onde é feito, e sinto-me bem, identifico-me muito com esta cultura. Sinto que partilho realmente isto, eu e todas as pessoas que por aqui andam parecem entrar neste espírito árabe.”, também o respondente V5 se sente mais próxima desta cultura “Adorei, sinto que fiz parte de tudo aquilo por onde passei. Fez-me sentir muito próxima destas pessoas”.

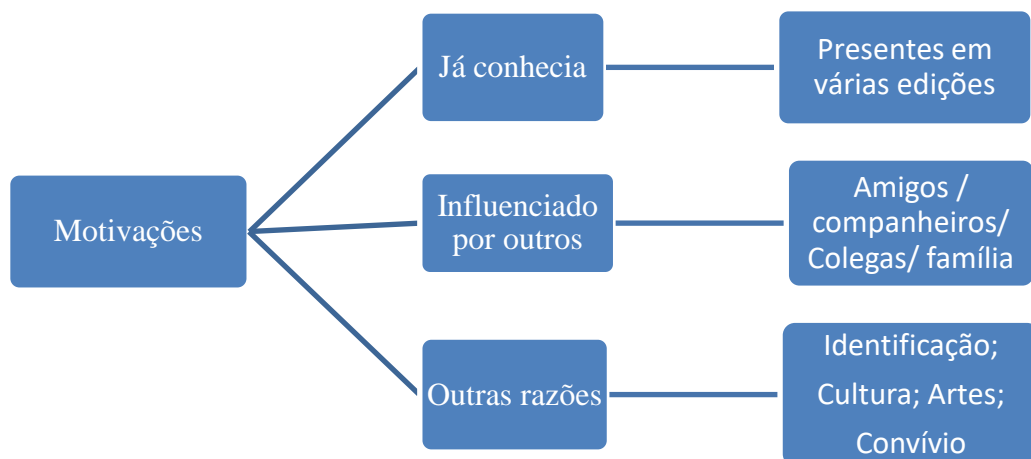
Os residentes são focados por vários visitantes. O Respondente V7 sente-se bem no festival e afirma que se sente “muito acarinhada pelas pessoas daqui”, V11 “Estou muito atenta à alegria que há entre os jovens, à alegria e à partilha, é o que mais me encanta aqui” e V13 “as pessoas cá parece preparam tudo para que os que os visitam se sintam muito bem, quase que dá vontade de vir para cá viver”.

Os sentimentos e vivências categorizados como negativos são de quatro dos respondentes, V1 sentiu que “as pessoas dos restaurantes e cafés têm muito trabalho e depois acabam por descarregar um bocadito da má disposição em quem encontram”, e também V2 relata que “estava muita gente, era complicado estar nas filas à espera”. Para V13 foi a associação à religião que levou a um sentimento negativo quando “ouvi isso de chamarem para a reza, lembrei-me de algumas coisas graves que sabemos que acontecem pelo mundo por causa destes vícios de algumas religiões, nomeadamente desta. Nessa altura fiquei um bocadinho com, não foi bem medo, mas respeito e alerta, mas de resto tudo bem”.

5.2.5 Motivações para este evento

As motivações encontram-se subcategorizados em três tópicos. A figura seguinte apresenta os três tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria:

Figura 5.9: Motivações dos visitantes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os visitantes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (tabela 5.12):

Tabela 5.12: Motivações (dos visitantes) para este evento

Sub Categoria	Motivações (dos visitantes)	Unidades de Contexto
	Unidades de Registo	
Já conhecia	Já venho para cá há muitos anos, de dois em dois anos, estou cá.	V4
	Já não é a primeira vez que venho, como gostei em outros anos, este ano voltei outra vez.	V12
Influenciado por outros	Já andava há anos a pensar vir com amigos, mas depois por uma ou outra razão não dava, este ano deu.	V1
	Já tinha ouvido falar várias vezes no festival, e estava curiosa por o conhecer.	V2
	Um amigo meu que é de cá falou-me muito bem do festival,	V3
	E falaram-me do festival, o meu namorado falou-me muito no festival, e eu gosto de viajar e gosto de vivenciar isto.	V5
	Encontro com amigos.	V6
	Tenho colegas meus são de cá, mas já ouvia falar deste festival há muito tempo.	V7
	vim com a minha filha e o neto.	V8
	Amigos meus, e gosto muito de Mértola.	V9
Há uma amiga minha que esteve cá no ano passado que diz que aquela frase do Sair para fora cá dentro é ir à feira islâmica de Mértola, e eu vim ver	V13	
Outras razões	Gosto do espírito deste festival,	V4
	Vim porque me identifico com esta cultura, eu estudo Arte, e gosto muito de usar o mesmo tipo de formas não só a nível de pintura e de desenho, mas também a nível de dança e de performance, embelezamento e outros.	V5
	São culturas diferentes e gosto sempre de conhecer novas culturas	V7
	Vim a Mértola há vinte anos pela primeira vez, vim cá pela escola e nunca mais me esqueci, fascinou-me na altura, tenho 37 anos, e andámos pelos museus e visitámos e conhecemos muito da vila logo nessa altura.	V9
	Eu sou fotógrafo, e multidões para mim, nos meus tempos de lazer evito estar no meio da confusão, mas como é para vir a Mértola a uma ocasião especial, venho com todo o gosto. Noutras multidões não viria se não fosse a Mértola.	
	Desta vez viemos a trabalho, viemos principalmente como artistas, é claro que acabamos também por usufruir do festival e viver todo o recriar que existe aqui.	V10
	Gosto do convívio, gosto de ver esta vila assim com tanta vida, e mais ainda gosto de ver estes jovens que também estão aqui a criar e a fazer mais.	V11
	Eu tento misturar, mas a minha vida não é esta. Eu sinto-me bem é no meio artístico, aqui sou um bocado estrangeira. A minha vantagem é que chego aqui e eu falo cinco línguas, aqui é como se fosse a minha sexta língua, começo logo a falar alentejano. Aqui, o meu cérebro recorda-se de termos que eu ouvia em criança. É incrível. Lavarito é árabe tem avondo são muitos termos em que eu noutra contexto não me lembro, aqui tento adaptar-me até porque no Alentejo se fores diferente és logo ostracizada	V11

Para os respondentes V4 e V12 o facto de já conhecerem o festival de outras edições foi motivação para regressarem nesta 8ª edição. Como se pode observar na tabela acima, outros respondentes afirmam que a sua presença no festival se realizou por influência de

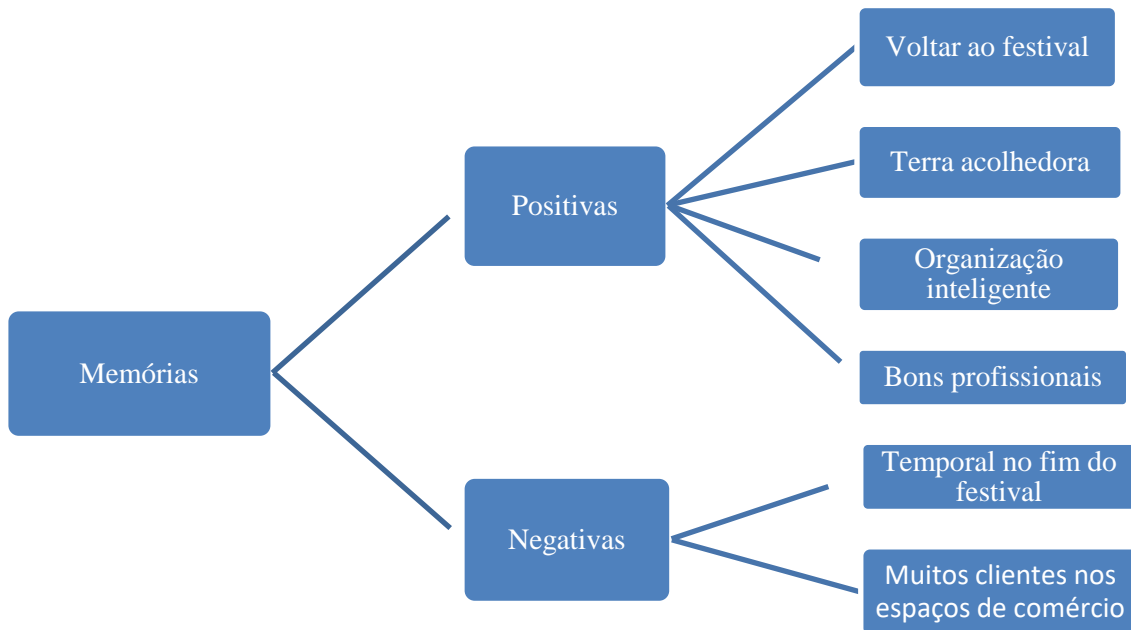
outros, destaca-se a frase do respondente V13 em que recorda que “Há uma amiga minha que esteve cá no ano passado que diz que aquela frase do Sair para fora cá dentro é ir à feira islâmica de Mértola, e eu vim ver”.

Outras razões motivaram alguns dos visitantes a visitar este festival, nomeadamente V5 como estudante de arte “Vim porque me identifico com esta cultura, eu estudo Arte, e gosto muito de usar o mesmo tipo de formas não só a nível de pintura e de desenho, mas também a nível de dança e de performance, embelezamento e outros”, também V10 visitou o festival pelas Artes “Desta vez viemos a trabalho, viemos principalmente como artistas, é claro que acabamos também por usufruir do festival e viver todo o recriar que existe aqui. Como se pode observar na tabela acima, também o respondente V11 se sente bem no meio artístico, mas o que serve de motivação para visitar o festival é precisamente o gostar “do convívio, gosto de ver esta vila assim com tanta vida, e mais ainda gosto de ver estes jovens que também estão aqui a criar e a fazer mais”.

5.2.6 As memórias que ficam

As memórias encontram-se subcategorizadas em dois tópicos. A figura seguinte apresenta os dois tópicos com alguns termos utilizados pelos respondentes na respetiva subcategoria:

Figura 5.10: Memórias dos visitantes



Seguem-se as narrativas recolhidas nas entrevistas com os visitantes, devidamente colocadas nas respetivas subcategorias (tabela 5.13):

Tabela 5.13: As memórias que ficam

Sub categorias	Memórias dos Visitantes	
	Unidades de Registo	
Positivas	Levo na ideia o ter que cá voltar para ver como é que isto é sem ser assim tão transformado, se também é Alentejo, é que é difícil de imaginar isto como Alentejo normal.	V1
	Mértola é uma vila pequena, e acho fantástico, este tipo de festivais traz mais gente à vila Mértola tem coisas muito interessantes para ver, e se vierem ao festival depois podem ter mais curiosidade e voltar a vir para poderem conhecer melhor, como os Museus, o Castelo, acho que depois vão ficar curiosas e vão voltar para poderem conhecer melhor e com mais calma, sem tanta confusão.	V2
	Não sabia que Mértola estava tão ligada ao povo islâmico, o castelo é fantástico mesmo muito bonito. É toda a vila muito bonita e aconchegada.	V3
	A maneira com Mértola recebe os forasteiros A imagem que Mértola transmite às pessoas de fora é muito acolhedora	V4
	Em termos de organização acho muito interessante porque vi muitos jovens empenhados a trabalhar nisto, têm ideias, fazem coisas dinâmicas. O que é ótimo porque	V5

	Mértola é uma vila tão pequena, são poucas pessoas, poucos jovens, mas a cidade, quer dizer, a vila – mexe-se toda em função disto, e isso é muito interessante. Mais ainda porque é do seu passado que estão a falar, e é esse passado que vão buscar.	
	Mértola é uma vila acolhedora, muito ligada ao passado, mas com pessoas muito prontas a receber.	V6
	Uma terra muito acolhedora, sem dúvida.	V7
	É uma terra simpática.	V8
	É uma Mértola com outras pessoas, outras caras, mais engalanada, outros cheiros.	V9
	A organização é muito inteligente, tem caminho, não há muitas pontas soltas, desde a receção que é feita neste caso aos artistas, nós recebemos a informação toda de que necessitamos	V10
	A melhor imagem, já tinha uma muito boa ideia, agora fico com uma ideia melhor ainda.	V10
	Levo os jovens, sou muito protetora da juventude, aqui e noutros sítios.	V11
	Wahid, Athnyn, Thlath venha o festival outra vez	V11
	Fico com a ideia que já tenho há muito tempo, que Mértola tem muito bons profissionais que organizam muito bem os eventos.	V12
	A melhor, adorei mesmo	V13
Negativas	Só foi pena este temporal que caiu no último dia, acabou por estragar já o fim, estava era muita gente nos cafés e para se comprar uma garrafa de água é preciso muito tempo em qualquer café.	V8

Como memórias do festival o respondente V1 leva a vontade de voltar “Levo na ideia o ter que cá voltar para ver como é que isto é sem ser assim tão transformado, se também é Alentejo, é que é difícil de imaginar isto como Alentejo normal”.

Nas memórias são focadas as pessoas, o respondente V4 refere “A maneira com Mértola recebe os forasteiros” enquanto V5 acha “muito interessante porque vi muitos jovens empenhados a trabalhar nisto, têm ideias, fazem coisas dinâmicas. O que é ótimo porque Mértola é uma vila tão pequena, são poucas pessoas, poucos jovens, mas a cidade, quer dizer, a vila – mexe-se toda em função disto, e isso é muito interessante”, já para V6 são as “pessoas muito prontas a receber” que ficam na memória, e o respondente V11 retém na memória “os jovens, sou muito protetora da juventude”.

As razões do festival ficaram nas memórias do respondente V3 “Não sabia que Mértola estava tão ligada ao povo islâmico”

Para o respondente V10 fica na memória, por motivos profissionais, a organização do festival, sendo “muito inteligente, tem caminho, não há muitas pontas soltas, desde a receção que é feita neste caso aos artistas, nós recebemos a informação toda de que necessitamos”.

5.2.7 Narrativas do Festival

Partindo das três palavras que descrevem o festival, dependendo do número de vezes que cada palavra foi repetida, assim será o tamanho apresentado pela mesma, na seguinte nuvem de palavras:

Tabela 5.14: Narrativas dos visitantes



Apresenta-se aqui uma nuvem de palavras, construída a partir do programa NVIVO, que nos possibilita perceber quais as palavras mais repetidas relativamente à última questão em que se pediam três palavras para descrever o festival.

No capítulo III deste estudo estão referidos os objetivos específicos do projeto em que o ponto cinco pretende contribuir particularmente para o turismo cultural, e “Cultural” é a palavra que se destaca nesta nuvem de palavras;

A palavra organização relaciona-se com o primeiro objetivo que pretende firmar parcerias protocoladas com várias locais e outros;

Música, diferente, espetáculo, cheiros, didático remetem para o objetivo oito que pretende incentivar e proporcionar condições para o desenvolvimento de outras áreas;

Religião e multicultural justificam o diálogo entre as diferentes comunidades e países de cultura muçulmana;

Também a palavra Mértola e encontrada nesta nuvem de palavras, o que vai ao encontro do objetivo dois que pretende reforçar a imagem de qualidade da marca “festival islâmico” como produto cultural e turístico;

É também possível de percebermos que outras palavras que se encontram na nuvem, vão ao encontro das categorizações definidas.

5.3 Discussão dos resultados

Existem aqui, dois conjuntos de indivíduos com diversas interpretações da mesma experiência. Os residentes, e os visitantes.

Os discursos dos Residentes sobre o Festival são narrativas que sublinham os impactos do turismo durante os dias em que decorre, mas também nos dias que o antecedem e também após terminar.

Os Residentes sentem-se e sabem-se eles próprios produtores das experiências, interessante é constatar que existe um projeto que se desenvolve com os mais pequenos, para que se sintam parte do festival, existindo assim todo o cuidado no envolvimento das crianças em idade de pré-escolar.

Ao contrário do que Botton refere,

...na nossa terra, as nossas expectativas limitam-nos. Acreditamos firmemente já termos descoberto tudo o que há de interessante no bairro, o que acontece sobretudo pelo facto de já aí morarmos desde há muito tempo. Parece-nos inconcebível a possibilidade de termos ainda alguma coisa a descobrir num lugar onde vivemos há dez anos ou mais. Estamos habituados e, por isso, cegos (Botton 2004:243),

no festival islâmico o turista não é apenas aquele que se desloca do seu habitat natural, estes residentes também se consideram turistas, visto que também eles se sentem como que num outro local que não a sua própria terra, acabando por usufruir do património natural e cultural, tangível e intangível.

Os resultados esperados foram confirmados como se pode comprovar nas narrativas dos entrevistados, o que significa que efetivamente este festival proporciona sentimentos de experiência de vivências árabes nos momentos que proporciona.

A referir também é que narrativas de residentes e de visitantes consolidam os objetivos específicos do festival, que aparecem referenciados no capítulo III.

Por conseguinte, o motivo de viagem pode evoluir e dar lugar a uma outra coisa, à atração existente diariamente – que será a arquitetura do espaço – foram adicionadas outras atrações que complementaram todo o ambiente e potenciaram o recriar de uma vila Islâmica. Para que a realização deste estudo pudesse ser mais concreta e real, foi necessária toda uma pesquisa em volta de outras áreas, que não única e exclusivamente a da experiência em si, mas por exemplo nas áreas de Sociologia e História. Tendo sido imprescindível este cruzar de informações para que a leitura das entrevistas fosse mais facilmente compreendida.

Neste estudo houve duas palavras tidas em conta desde o princípio, a primeira é a palavra Festival, a segunda a palavra Experiência. O Festival será aqui como que o objeto de que podemos ter percepção, e depois teremos aquilo que poderemos chamar as relações construídas, ou seja, um aglomerado de experiências possíveis de advir do objeto em causa, Lima e Pacheco (2006: 106) referem que (...) a escolha de um dado percurso metodológico conduziu tão só a uma das respostas possíveis – não à resposta única, absolutamente certa ou verdadeira.”

Foi atingido o grau de saturação, ao perceber-se que as opiniões pareciam começar a repetir-se, fazendo uma leitura muito geral, será da opinião geral que o festival é essencialmente uma experiência lúdica, e de cinco sentidos, uma experiência muito baseada em relações de alegria entre as pessoas

Ao longo das diferentes entrevistas, de residentes e de visitantes, por diversas vezes aparecem narrativas que se focam no tema da Religião.

É de salientar que parece estar por vezes presente a associação inevitável da palavra “Islão” ou “Árabe” a um sentimento negativo, ou até mesmo de medo, mas a grande maioria dos respondentes fazem questão de mostrar que, apesar de saberem que esse medo mundial existe, nestes dias de festival vive-se e experiencia-se um Islão de partilha

e de cumplicidade, sem medo de serem “dominados” ou sacrificados por opiniões de quem vem de fora.

O que sobressai aqui, nestas entrevistas são momentos de alegria e de viagens. Guerra cita Herbert et al:

...o postulado da interpretação na pesquisa qualitativa desempenha o papel de um duplo princípio de causalidade: ao nível geral, os seres humanos constroem o conhecimento da natureza e dos outros seres humanos graças à (por causa da) interpretação da vida social e, a um nível especificamente social, essas interpretações de nível geral conduzem a (são a causa de) determinadas ações levadas a cabo pelos seres humanos. Nesse sentido, é a diversidade das interpretações da vida que permite a mudança e esta é o centro do olhar sociológico (Guerra, 2006: 16).

De salientar que a quantidade de texto que residentes e visitantes apresentaram nas entrevistas, apresenta claramente uma grande discrepância. As narrativas dos residentes são claramente mais vastas do que as narrativas de resposta por parte dos visitantes, possivelmente porque os residentes se sentem mais confiantes quando se referem a um produto que é também um pouco de cada um dos habitantes de Mértola.

CAPÍTULO VI - CONCLUSÕES

Sempre chegamos ao sítio aonde nos esperam.

José Saramago

Principais resultados do estudo

Lançamo-nos neste desafio com o profundo interesse no estudo das experiências possíveis no festival islâmico de Mértola na sua 8ª edição (2015), procurando perceber se o antes o durante e o depois dessas mesmas experiências apresentavam de uma maneira geral um mesmo ponto de vista, apoiando-nos no estudo exploratório de Ziakas e Boukas (2013) existe agora a consciência de que este estudo está recheado de factos complexos.

É de realçar que neste evento são referidas várias e diversas experiências, que foram possíveis de categorizar, como se de um evento com vários eventos se tratasse, e apesar de ter tido já a sua 8ª edição, os Residentes continuam a conseguir usufruir e a viver o Festival como potenciador de experiências. Chegados agora ao termo desta investigação, houve sempre a intenção de conferir a este fenómeno turístico uma visão tão abrangente e integrada tanto quanto possível, centrando o trabalho na identificação de um cruzamento de sentimentos e ideias ou expectativas. Apesar de nem todos considerarem os estudos qualitativos tão válidos quanto os estudos quantitativos, pois

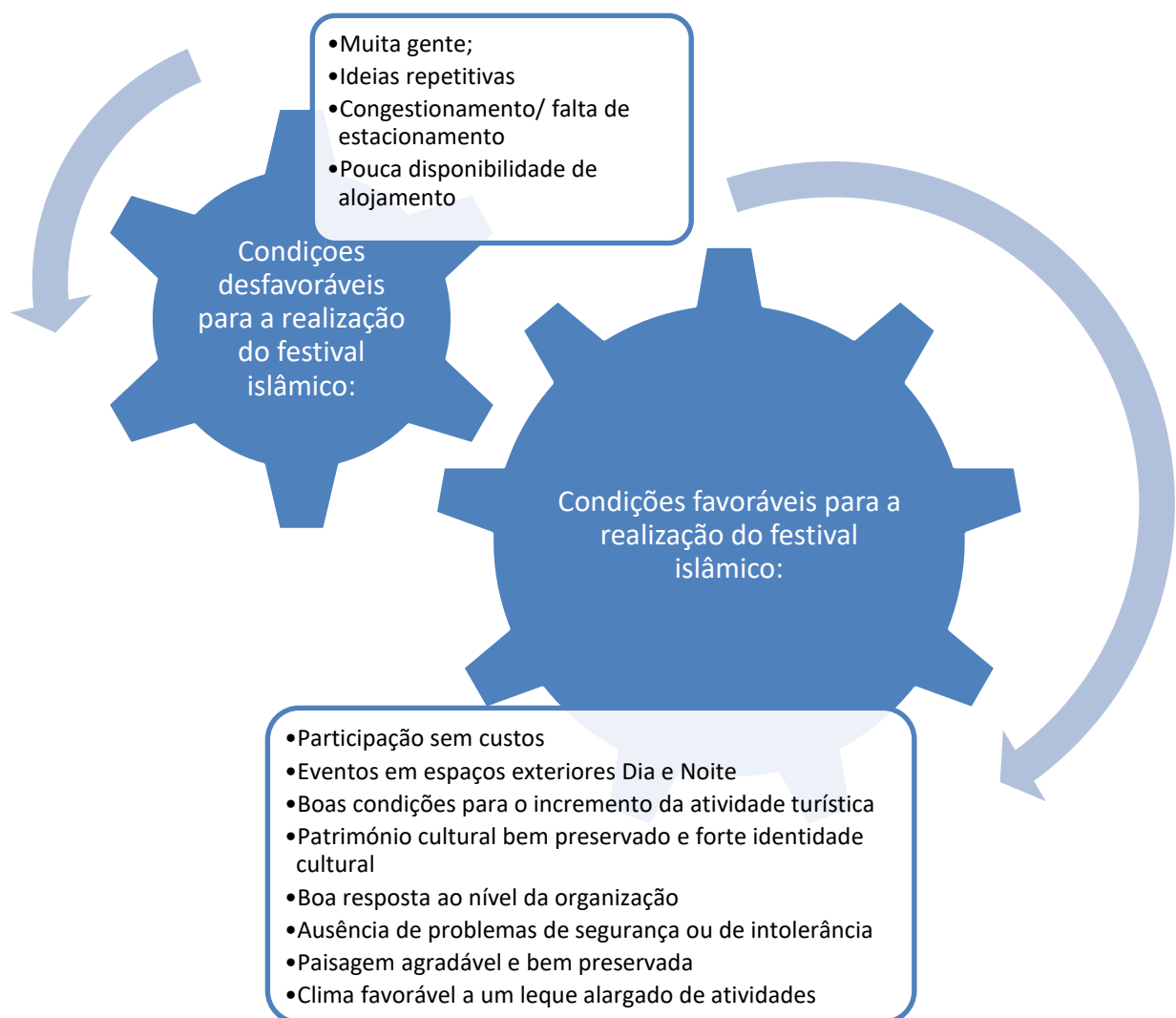
...A metodologia qualitativa é alvo de numerosas críticas, nomeadamente a de falta de objetividade e de rigor intelectual. É ainda considerada por alguns investigadores como uma atividade jornalística, ou como uma metodologia de segunda categoria (...) estas críticas e objeções decorrem sobretudo do desconhecimento das características reais e das exigências inerentes a esta atividade, que está longe de se inscrever na linha da facilidade e do amadorismo (Lesserd-Hébert, 1990: 7).

Tratando-se de um tema complexo, em que as relações entre imagens, tempo, espaço e comunicação constituem a base para uma experiência tão rica, conclui-se que o festival proporciona interseções de turismo com cultura, tal como referido na revisão da literatura, existindo neste festival uma aproximação dos povos e uma troca de culturas, proporcionando a residentes e visitantes, experiências únicas que contribuem para a sua satisfação.

É possível concluir que as entrevistas vão claramente ao encontro dos seis princípios da Carta Internacional do Turismo Cultural. De reconhecer que Mértola consegue efetivamente ser um palco para este evento.

Podemos realçar como oportunidades e riscos (figura 6.1):

Figura 6.1: Oportunidades e riscos



Fonte: elaboração própria

Através da literatura consultada e dos resultados obtidos e analisados, a presente dissertação permitiu-nos construir um conjunto de reflexões e conclusões que poderemos considerar pertinentes para este estudo exploratório.

Assim, e respondendo aos objetivos e às questões colocadas inicialmente é possível concluirmos que a inovação cultural deve estar presente, no entanto existem testemunhos de que o festival pode não o ter conseguido na sua 8ª edição.

Os resultados desta investigação comprovam que

Limitações do estudo:

Quando na Introdução foi referido que se pretendia perceber se este Festival seria potenciador de experiências de uma Mértola Islâmica, sabia-se já que a metamorfose da vila seria um dos pontos mais apontados pelos respondentes, e algum receio de que as informações que existiam já de outras edições pudessem condicionar o rigor deste estudo.

Quivy e Campenhoudt (1992, 232) dizem-nos que “*é falso pensar que um investigador só pode ser rigoroso em detrimento da sua imaginação*”, houve no início deste estudo, ainda aquando da primeira conversa informal com os orientadores, algum receio de realizar um estudo relacionado com Mértola. Tendo a autora as suas raízes nesta vila, e sendo uma presença habitual neste festival, houve sempre o receio de ter apenas uma visão limitada do festival, receando no início o não conseguir separar as suas raízes, do seu papel de investigadora e receando influenciar ou não conseguir ter uma visão crítica do mesmo.

Como grande limitação pode apontar-se o primeiro contacto com os visitantes que se pretendia entrevistar, pois o facto de existir um gravador no momento da entrevista faz com que as pessoas se sintam um pouco envergonhadas ou com receio de não darem respostas corretas. Sendo nestes momentos muito importante a empatia que o investigador desenvolve logo na primeira abordagem, mostrando que não existem respostas erradas, e que toda a conversa vai ser já uma mais-valia para este estudo. O facto de se explicar de imediato tratar-se de um estudo para fins académicos de mestrado, fez também com que algumas pessoas não se sentissem confortáveis, receando mais uma vez “errar respostas”, pedindo inclusive desculpas e desejando a melhor sorte para esta investigação.

No que se refere ao contacto pessoal com todos os residentes/entidades oficiais entrevistados, não houve qualquer constrangimento, seja no que se refere a limitações de horários, deslocações, esperas ou demoras de resposta. Todos se mostraram bastante disponíveis e interessados pelo estudo.

Como pistas para investigação futura

Indo ao encontro da revisão da literatura apresentada no capítulo II e na análise dos resultados obtidos, podemos concluir que se no início da primeira ideia, e ainda muito longe de pensar em como a mesma iria terminar, se ponderou em algum momento poder achar que um estudo qualitativo poderia ser visto como um trabalho “minoritário”, percebe-se agora que este estudo fez todo o sentido tendo o estudo qualitativo enquanto base.

Ser qualitativo ou quantitativo terá sempre os seus defensores, que serão os maiores críticos do oposto, mas percebendo o que é sentir e ter a oportunidade de ouvir as pessoas no terreno, de perceber o carinho, ou os medos, dependendo da situação ou de como se referem a algo, justificam este estudo exploratório.

Trata-se de um estudo em que os sentimentos das pessoas perante determinadas situações/experiências se querem transformados em palavras, fez assim todo o sentido que fosse este um estudo qualitativo, e não quantitativo.

Encontrados assim alguns pontos que serão aqui assinalados como *GAP's* e que vão ao encontro do que foi referido na revisão da literatura, podendo ser assim utilizados como pistas para investigação futura:

Existiram neste estudo muitos sentimentos que podem ser estudados, sentimentos que podem ser descritos e analisados com uma vertente mais sociológica, com um olhar que os tente compreender aprofundando vários porquês que ficaram aqui sem resposta aprofundada. Mas partindo das narrativas, são várias as ideias que podem surgir para novos estudos:

Sugere-se assim:

- Realização de estudos que identifiquem novas ideias para que o festival não se transforme num evento repetitivo;

- Comparação com festivais de outros locais;
- Realização de um estudo em que se procure perceber que género de conhecimentos é que os próprios residentes têm, relacionados com as ligações que existem entre Mértola e a Cultura do Islão;
- Num mundo que em pleno século XXI parece viver com receio de tudo o que se refere ao Islão, realizar um estudo que se foque apenas neste festival enquanto experiência religiosa;

BIBLIOGRAFIA

*Porque a gente que viu pouco do mundo, como viu pouco, também
costuma dar pouco crédito ao muito que os outros viram.*

Fernão Mendes Pinto

- Almeida, J.F. e Pinto, J.M. (1995) *A investigação nas Ciências Sociais*. Lisboa: Editorial Presença
- Amirou, R. (1995). *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Paris: PUF
- Amirou R. (2007) *Imaginário turístico e sociabilidades de viagem*. Porto: Estratégias criativas, APTUR
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Beni, M. (2003). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Botton, A. (2004). *A arte de viajar*. Lisboa: Dom Quixote.
- Bucho, D.J.C.A. (2010) *Património, Animação e Turismo*. Portalegre: Instituto Politécnico
- Brownill, S. (1997) *Selling the inner city: regeneration and place marketing in London's Docklands*. New York: Place Promotion. Wiley
- Câmara Municipal de Mértola (2015): *Património Construído*; disponível em: <http://cm-mertola.pt/visitar-mertola/patrimonimo/patrimonio-contruido>
(Informação recolhida a 23 de dezembro de 2015)
- Carmichael, B. (2006) Linking quality tourism experiences, residents, quality of life, and quality experiences for tourists. In *Quality tourism experiences*, 117-131. USA, Elsevier
- Carmo, H. e Ferreira, M.M. (1998) *Metodologia da investigação - guia para auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta
- Castelli, G. (1996) *Turismo: atividade marcante do século XX*. Caxias do Sul: EDUCS
- Dias, F. (2009). O espaço no imaginário turístico. In. O futuro do turismo: território, património, planeamento, 17-31. Porto: APTUR.
- Ferreira, I. (2012). Instituições e políticas culturais. In. *Cultura e sociedade* 95-104. Porto: Cordão de Leitura.
- Ferreira, R. (2009). *Interacionismo e as perceções de compra da experiência turística*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ferreira-raquel-interacionismo.pdf>
(informação recolhida a 28 de março de 2016)

Festival Islâmico de Mértola – *Documento de enquadramento Estratégico*, CÂMARA MUNICIPAL DE MÉRTOLA, 2009, documento de trabalho não publicado.

Festival Islâmico de Mértola (2015). Disponível em <http://www.festivalislamicodemertola.com> (informação recolhida a 14 de novembro de 2015)

Flick, U. (2005) *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Lisboa: Monitor

Getz, D. (1997) *Event management event tourism*. New York: C.C.C.

Getz, D., Cheyne, J. (2002) Special events motives and behavior. In *The tourist experience*, 137-155. New York: Continuum

Getz, D. (2008). *Event tourism: definition, evolution, and research*. Disponível em <https://pt.scribd.com/doc/55467170/Event-Tourism-Definition-Evolution-and-Research> (Informação recolhida a 9 de dezembro de 2015)

Geuz, S., Richards, G. e Toepoel, V. (2016) Conceptualisation and Operationalisation of Event and Festival Experiences: creation of an Event Experience Scale. Disponível em <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250.2015.1101933?journalCode=sjh> t20 (Informação recolhida a 6 de junho de 2016).

Giacaglia, M.C. (2003). *Organização de eventos: Teoria e prática*. São Paulo, Pioneira Thomson Learnig Ltd.

Gilmore, J.H. e Pine II, B.J. (2007) *Authenticity*. Boston: Harvard Business School Press,

Guerra, I.C. (2006) *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo - sentidos e formas de uso*. Estoril, Príncipeia

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. Tese de doutoramento não publicada, Universidade do Algarve.

Guerreiro, M., Valle, P. e Mendes, J. (2011) Allgarve events: implications for the Algarve image. In *Tourism*, vol.59, n°2 183-202. Zagreb: Institute for Tourism

Henriques, C. (2003) *Turismo cidade e cultura*, Edições sílabo

Hoyle Jr., L. H. (2003) *Marketing de Eventos: Como Promover com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições*. São Paulo: Editora Atlas.

ICOMOS (1999) Carta Internacional do Turismo Cultural; disponível em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinovacao1/Documents/Doc10_CartaInternacionalTurismoCultural.pdf (informação recolhida a 07 de janeiro de 2016)

Instituto Nacional de Estatística.

Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE (Informação recolhida a 23 de novembro de 2015)

Kotler, P. et al, (1995) *Marketing público: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países*. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora.

Lessard-Hébert, M. (et al.) (1994) *Investigação qualitativa: fundamentos e práticas*. Lisboa: Instituto Piaget.

Lima, J.A. e Pacheco, J.A. (2006) *Fazer investigação - contributos para a elaboração de dissertações e teses*. Porto: Porto Editora

Lopes, E. (2010). *A constelação do turismo na economia portuguesa*. Lisboa: Edição Jornal Sol;

Mair, J., Whitford, M. (2013) An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends. In *International Journal of Event and Festival Management*, vol.4, 6-30. United Kingdom: Emerald Group Publishing Limited.

Marujo, N. (2014). *Turismo e eventos especiais: a festa da flor na ilha da Madeira*. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v10n2/v10n2a04.pdf>. (Informação recolhida a 13 de fevereiro de 2016)

Marujo, N. (2015). O Estudo académico do Turismo Cultural. In. Turydes:Revista Turismo e desarrollo local, vol.8, nº18. Disponível em <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/16716/1/NOEMI%202015%20->

[%20O%20ESTUDO%20ACAD%C3%89MICO%20DO%20TURISMO%20CULTURAL.pdf](#).

Informação recolhida em 10 de agosto de 2016.

Matias, M. (2002) *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. São Paulo, Ed. Manole

Mendiratta, A. (2010) *Festivals – A tourism invitation to the world*. Compass – Insights into tourism branding

Neto, F.P.M. (1999) *Marketing de eventos*. Rio de Janeiro: Sprint.

Neto, F.P.M. (2007) Evento: de acção, de entretenimento a agente de promoção do património histórico-cultural. In. *Turismo e património cultural*, 53-68. São Paulo, Ed. Contexto.

Organização Mundial de Turismo (2015). Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/portugu%C3%AAs/Pages/Homepage.aspx>.

(Informação recolhida a 20 de novembro de 2015)

Pine, J, & Gilmore, J.H. (1999) *The experience economy: work is theatre & every business is a stage*. Boston, Harvard Business School Press

Plano Estratégico Nacional do Turismo (2013). Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202012.pdf> . Acedido a 12 de junho de 2016

Poirier, J.; Clapier-Valladon, S.; Raybaut, P. (1999). *Histórias de vida, teoria e prática*. Lisboa, Celta

Prista, M. L. (2013). Turismo e sentido de lugar em Óbidos: uma pousada como metáfora. *In Etnográfica* 17, 369-392.

Quivy, R. & Campenhoudt, L.V. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa, Gradiva.

Ribeiro, J. C., et al., (2006) Importância da Celebração de Eventos Culturais para o Turismo do Minho-Lima. in. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 11, 61 – 76.

- Richards, G. (2001) *Cultural Attractions & European Tourism*. Wallingford: CABI
- Richards, G. (2009) *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD
- Richards, G., Palmer, R. (2010) *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Oxford: Elsevier
- Rodrigues, A.I.B.P. (2015) *Lake-Destination image assesement: the case of the Alqueva Lake. Portugal*. Universidade do Algarve – Faculdade de Economia, PhD Thesis in Tourism
- Rodrigues, A. & Kastenholtz, E. (2010) Sentir a Natureza: passeios pedestres como elementos centrais de uma experiência turística. In. Revista Turismo e desenvolvimento nº 13/14, 719-727.
- Sampaio, S. (2013). *Estudar o turismo hoje: para uma revisão crítica dos estudos de turismo*. Disponível em <http://etnografica.revues.org/2615>. (Informação recolhida a 22 de fevereiro de 2016)
- Santos, F. (2002). *Turismo mosaico de sonhos: incursões sociológicas pela cultura turística*. Lisboa, Edições Colibri.
- Santos, R. et al. A importância da compreensão do conceito de eventos à execução do planeamento, perante as etapas pré, durante e pós evento. In Revista Científica Eletrónica de Turismo, Ano VII- Nº12, janeiro de 2010. Disponível em http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/NvB7q3OfdezDVli_2013-5-23-11-59-58.pdf. Acedido em 10 de julho de 2016.
- Serra, E.M. (2012). Marketing & comunicação em cultura. In. *Cultura e Sociedade* 81-94. Porto: Cordão de Leitura.
- Toselli, C.(2006). Algumas reflexiones sobre el turismo cultural. In *Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol.4, nº2. Disponível em www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf (informação recolhida a 09 de maio de 2016)

Ziakas, V. & Boukas, N. (2013). Extracting meanings of event tourist experiences: A phenomenological exploration of Limassol carnival. In. *Jornal of Destination Marketing & Management* 2, 94-107.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X13000048> (informação recolhida a 07 de maio de 2015)

Zubiria Samper, S. et al. (1998) *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la cultura [OEI].