



UMA VISÃO PARA A CULTURA DO ALGARVE NO HORIZONTE 2030

RELATÓRIO FINAL – SETEMBRO 2021

Equipa: Alexandra Gonçalves Rodrigues

João Pedro Bernardes

Luís Filipe Oliveira

Mirian Nogueira Tavares

Bolseiro: Tiago Candeias

Índice

1. <i>Nota Prévia</i>	3
2. <i>Nota Metodológica</i>	5
2.1 <i>Caracterização da Amostra</i>	8
3. <i>Enquadramento da Região: entre o passado e o presente</i>	10
4. <i>A Perceção da Cultura no Algarve: a região auscultada</i>	16
5. <i>Para uma visão Prospetiva da Cultura no Algarve</i>	29
5.1 <i>As Artes</i>	30
5.2 <i>O Património Cultural</i>	34
6. <i>Caminhos para o Futuro</i>	37
7. <i>Orientações e propostas para o futuro</i>	41
8. <i>Conclusão</i>	46
Referências bibliográficas:.....	48
Anexos:	50

1. Nota Prévia

No âmbito da candidatura de Faro a capital da cultura 2027 foi proposta a realização do presente estudo, com recurso a uma metodologia que permitisse, num período muito limitado de tempo, auscultar os intervenientes do sector cultural do Algarve, de forma a diagnosticar e propor uma visão de futuro. Em alguns meses conseguiu-se auscultar os principais intervenientes do sector cultural e criativo do Algarve, sobre o passado, o presente e o futuro para a Cultura na região, transcrever e analisar as várias dezenas de entrevistas realizadas, consultar e tratar outros dados, bibliográficos, documentais ou estatísticos relevantes para este estudo focado em torno de três palavras-chave: Cultura, Algarve, Horizonte 2030. Tendo em conta o pouco tempo disponível, o resultado apresenta-se como um estudo abrangente que proporciona uma visão integrada dos diferentes protagonistas, com especial relevância para as autarquias e agentes culturais, da Região.

Cultura Algarve Horizonte 2030 é, assim, um projeto intermunicipal que pretende desenvolver uma proposta de visão para o Setor Cultural e Criativo da região, agregando num documento as aspirações e visões de futuro para a cultura no Algarve num horizonte de 10 anos, por meio da auscultação do território: municípios, agentes culturais e outras entidades, personalidades e organizações relevantes no contexto.

O Relatório Preliminar em junho previa que esta visão estratégica para a cultura do Algarve incidisse nas seguintes áreas:

- 1) Promoção de uma **visão prospetiva para a cultura** na região;
- 2) Definição dos **princípios orientadores para uma visão de futuro** da cultura como oportunidade de desenvolvimento;
- 3) Criação de **valor sustentado associado à cultura** na região.

Esta auscultação do território algarvio teve como metodologia de base a realização de entrevistas, via videoconferência, gravadas com a devida autorização e salvaguardada a proteção de dados pessoais, para posterior tratamento e análise de dados, incidindo

numa primeira fase sobre o corpo executivo das 16 autarquias, e posteriormente sobre as entidades e redes regionais; estruturas financiadas pela Direção Geral das Artes; e personalidades/entidades identificadas, para o efeito, pela Direção Regional de Cultura do Algarve em estreita colaboração com a AMAL e a Faro 2027. Dar nota que alguns dos agentes identificados, num universo total de 43 agentes, preferiram responder por escrito ao guião de entrevista, remetendo as respostas via e-mail.

Em termos científicos, o presente trabalho encerra uma natureza qualitativa, assumindo um carácter descritivo, com um enfoque indutivo e procurando na sua análise definir significados atribuídos pelos entrevistados às dimensões estratégicas identificadas para a cultura.

No que diz respeito à taxa de resposta, dos 16 municípios, não deram resposta o Município de Albufeira nem o de São Brás de Alportel, ainda que tenham manifestado interesse em responder.

Das entidades regionais apenas a Rede de Arquivos não remeteu o relatório escrito no tempo previsto. A Comissão de Coordenação regional do Algarve (CCDRAlg) tendo sido identificada como entidade regional a inquirir, entendeu, todavia, não responder ao questionário proposto, por motivos alheios à equipa de elaboração do documento, justificando que não se encontrava em posição de assumir uma visão para o setor na região, pelo papel que desempenha, sobretudo ao nível do investimento.

No que respeita às estruturas financiadas pela Direção Geral das Artes, todas as estruturas identificadas deram resposta, com exceção da Devir/CAPa, que entendeu não responder ao questionário apresentado.

Das entidades/personalidades identificadas pela Direção Regional de Cultura do Algarve, em colaboração com a AMAL e a Faro2027, apenas 1 não deu resposta por escrito ao questionário enviado (Ramiro Magno). A responsável pelo Centro de Investigação e Informação do Património de Cacela da Câmara Municipal de Vila Real de Santo António, Dr.^a Catarina Oliveira, atendendo a que faz parte do grupo coordenador da Rede de Museus do Algarve (RMA), entendeu que não faria sentido responder uma segunda vez, mesmo que a título pessoal, ao questionário proposto, por se rever nas respostas endereçadas pela RMA.

No que concerne às principais tendências de resposta, estas abordam essencialmente os seguintes tópicos: financiamento, trabalho colaborativo em rede, sazonalidade, públicos, e, nalguns casos, a mobilidade. Denota-se uma forte posição crítica por parte dos entrevistados sobre o *status quo*, centrando o discurso nos mais variados problemas, mas apresentando poucas soluções, traduzindo-se sobretudo o discurso na identificação de problemáticas que já vêm sendo recorrentes ao longo da última década.

No caso específico das autarquias, uma análise dos resultados revela alguma cautela nas afirmações feitas, pela posição política assumida. O discurso centrou-se, na generalidade, no trabalho que desenvolvem internamente no presente, e em conjunto com outros municípios, de forma bastante positiva. Contudo, em menor número, houve autarquias que reconheceram pontos fracos e identificaram um longo caminho que têm ainda a percorrer.

Em suma, a equipa reforça nesta breve introdução que se assiste a uma manifesta dificuldade em identificar uma visão de futuro para o setor da cultura na região do Algarve, com propostas e ideias concretas ou devidamente fundamentadas.

2. Nota Metodológica

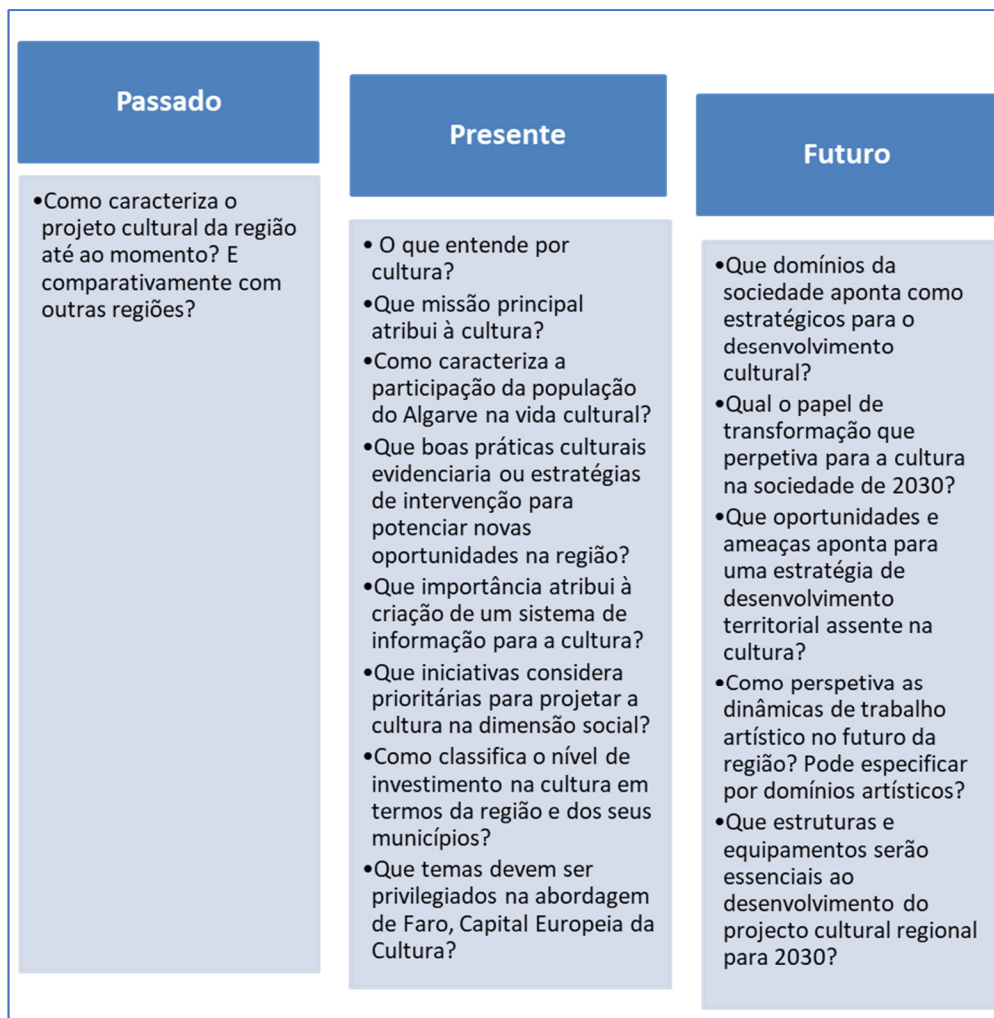
Os resultados que se apresentam decorrem de uma análise de conteúdo das entrevistas a um total de 35 informantes. Os dados recolhidos através das entrevistas, em resposta às questões que foram colocadas e que vão ao encontro dos objetivos do estudo encomendado, foram depois analisados e organizados em categorias e subcategorias, que procuram traduzir de forma objetiva as opiniões e perceções, resultantes das entrevistas aos municípios, às entidades regionais, aos agentes e personalidades culturais, e às redes no território. As análises efetuadas procuram estruturar e analisar as visões dos entrevistados face às questões específicas que se apresentam na Figura 1, com a intenção de construir as diferenças e semelhanças entre as visões sobre a cultura para o horizonte 2030.

A análise de conteúdo como técnica de investigação tem sido utilizada desde longa data com recursos a textos de discursos, transcrições de entrevistas, ensaios e outros documentos relacionados (Mayring, 2014; Krippendorff, 1989).

Por sua vez, utilizou-se o instrumento AntConc 3.5.8 (Windows) 2019 – software disponível na internet, para uma análise exploratória do corpo geral do texto, que se produziu a partir da transcrição total das entrevistas. Este *software* não faz análise de conteúdo, mas ajuda a encontrar padrões de linguagem que suportam a construção dos discursos, nomeadamente pela contagem de palavras, pela listagem de ocorrências de palavras e do contexto em que surgem (Concordância), mas pode também ajudar como suporte de construção a uma análise de *clusters*¹, verificando-se as palavras que com maior frequência surgem associadas a outras. Os procedimentos incluem a transformação das transcrições num documento de extensão - txt (texto simples) -, que depois se faz correr no programa e se tiram listagens de acordo com os objetivos pretendidos e as possibilidades criadas pelo instrumento.

¹ *Cluster* pode ser definido como uma concentração geográfica de atores que se relacionam associados a um sector específico, podendo incluir empresas, fornecedores especializados, prestadores de serviços, empresas de sectores interrelacionados e até instituições (de que são exemplo as universidades ou as associações empresariais), no pressuposto que concorrem entre si, mas também cooperam, encontrando-se ligadas por aspetos em regra, comuns e complementares (Porter, 1998).

Figura 1- Dimensões de análise do Guião de suporte às entrevistas



Esta abordagem reúne não só o resultado dos textos das transcrições das entrevistas, mas também considera a interpretação dos resultados de outros documentos e estudos que foram desenvolvidos pelos investigadores que integram a equipa ao longo do seu trabalho de estudo e investigação aplicados à cultura, às artes, ao património e ao turismo.

As entrevistas são a fonte primária considerada para a análise que se segue no ponto 4 do relatório. A análise de conteúdo é utilizada fundamentalmente para a análise “do que é dito” e não tanto da forma “como é dito”, utilizando-se em especial nesta investigação as categorias relativas à direção da informação recolhida, aos valores e aos objetivos subjacentes ao que é afirmado, e também aos métodos e propostas utilizados para atingir os objetivos discutidos de promover uma visão estratégica para a cultura.

A unidade de análise do conteúdo é uma unidade de numeração aritmética que é utilizada “para contar o número de vezes que aparece um determinado conteúdo, o tempo de antena consagrado a um certo indivíduo, o número de imagens representando um dado tipo de situação, o tempo consagrado à resolução de determinada tarefa, a intensidade das atitudes (escalas), etc.” (Ghiglione e Matalon, 1992:193).

Importa referir que existem dois grandes tipos de procedimentos que suportam a análise de conteúdo em termos genéricos: os procedimentos fechados (pressupõe categorias de análise definidas previamente) e os abertos (que têm um carácter exploratório). No primeiro tipo temos as categorias psicológicas, as psicolinguísticas, as psicossociológicas e as linguísticas para suportar a análise dos dados recolhidos, e no segundo tipo de procedimentos, encontram-se a contagem de frequências, a análise temática, as concomitâncias temáticas, a análise por cachos e a análise de campos semânticos (*vide* Ghiglione e Matalon, 1992 para informação detalhada).

No caso presente optou-se por categorias de análise abrangentes, previamente definidas a partir dos estudos sobre estas temáticas, utilizando depois uma análise temática no tratamento dos resultados, isolando para cada categoria de análise e subcategorias (ou categorias secundárias), os conteúdos dos segmentos dos textos com ele relacionado. Fundamentalmente privilegia-se a contabilização da utilização de palavras que são centrais à análise das entrevistas, tais como: Capital Europeia da Cultura; cultura; futuro; estratégia; visão; cooperação; parcerias; projeto; consumo; públicos; turismo; passado; presente e futuro, no entanto, o que se procura é analisar a forma como são percebidas certas temáticas e identificar oportunidades de definição de uma visão para o futuro.

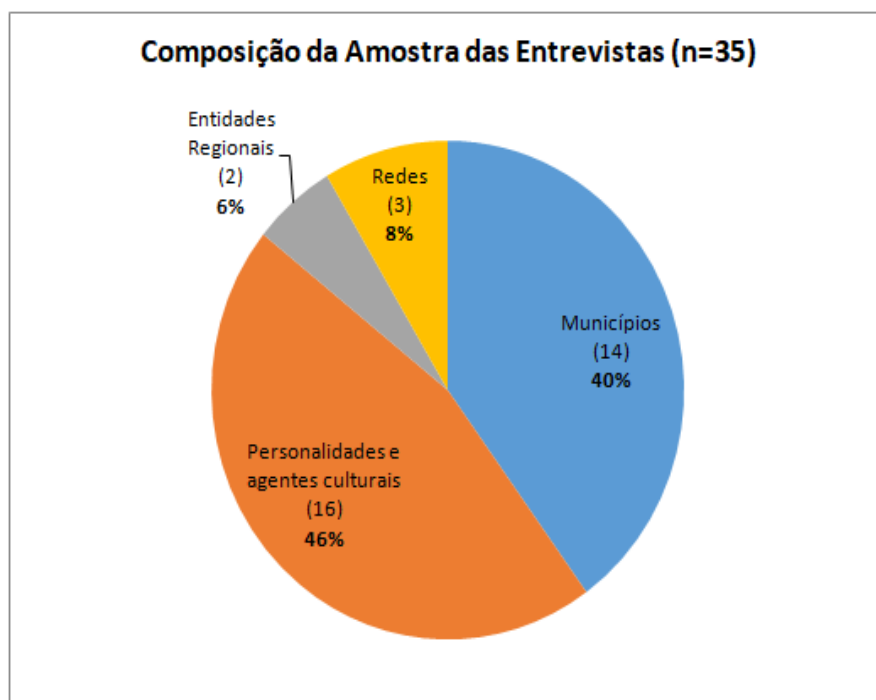
2.1 Caracterização da Amostra

Do conjunto dos 43 agentes a entrevistar, foram concretizadas 35 entrevistas (81,4% do total da amostra), tendo 3 determinado não responder, sendo que os agentes dos quais não tivemos qualquer tipo de resposta foram contactados pelos mais diversos meios (e-mail, telemóvel e/ou telefone) e em vários momentos ao longo dos últimos meses, dado que o processo de auscultação teve início a 10 de março de 2021.

Desta forma, a amostra de informantes foi agrupada em quatro categorias que incluíram conforme gráfico 1: Redes; Entidades Regionais; Municípios; e Personalidades e Agentes

Culturais. Como se pode verificar houve uma predominância de entrevistas a municípios (40%) e a personalidades e agentes culturais, 46% que corresponderam a 16 individualidades.

Gráfico 1- Composição da amostra das entrevistas por categorias



Numa primeira análise do texto através do referido sistema verificou-se que as entrevistas reuniram um total de palavras que se agrupam em 8636 categorias, consoante a sua frequência (o conjunto das entrevistas transcritas somou 120 344 palavras). Nessas categorias a palavra mais frequente foi “que” com 5808 ocorrências, o que é normal pois as preposições e os artigos (definidos e indefinidos) tendem a surgir como as primeiras palavras em qualquer discurso oral ou escrito, e são palavras que não têm um significado lexical dentro de si, pois o seu significado decorre da situação na frase ou de outras palavras do contexto em que são utilizadas (como é o caso das palavras: que, de, a, e, o, é, não, do, um; e outras sem relevância para a investigação).

Uma análise do discurso que resulta das entrevistas efetuadas é incluída no ponto 4, onde abordamos a perceção de Cultura da região.

3. Enquadramento da Região: entre o passado e o presente

Um olhar pelo Algarve: Da identidade, às autonomias e aos modos de coesão

A geografia e a história modelaram de forma determinante a individualidade histórica e cultural do Algarve. Com uma extensa costa virada a Sul, mais recortada que nos dias de hoje e que então oferecia vários portos e ancoradouros, a região sempre se virou para as águas do Golfo de Cádiz e do Estreito de Gibraltar e para o Mediterrâneo. Daí lhe vieram as características dominantes do seu clima, a estreita relação entre a serra e o mar, ou as principais influências culturais e civilizacionais, que marcaram a sua fisionomia de forma duradoura. Daí vieram, também, as gentes que lhe deram o nome por que a região é há muito conhecida. Apenas para elas, que vinham do Oriente, fazia sentido designar estes territórios como o Ocidente, o último espaço antes do grande Oceano e o local onde o Sol conhecia todos os dias o seu ocaso. Território integrado, portanto, mas de igual modo marginal, quase como se fosse outra finisterra. Uma singularidade que a região conservará na terra, na fisionomia e nos costumes das gentes, mas também no nome que a distinguia das outras províncias portuguesas, em regra nomeadas a partir das terras e dos homens do Norte. Como a Beira, a Estremadura e o Alentejo, entre outras.

A posição geográfica também afastava o Algarve das terras do Norte. O mar de serras que o cercava a Norte, como que o empurrando para o mar, tornava as comunicações particularmente difíceis, tanto pela escassez de núcleos povoados, como pela falta dos apoios indispensáveis para quem viajava. As dificuldades eram maiores no Inverno, quando as estradas ficavam intransitáveis e as ribeiras cresciam, impedindo a circulação por falta de pontes. O problema apenas se resolveria com a chegada do comboio a Faro por inícios do século XX, embora a estrada entre Lisboa e Faro só tivesse sido concluída por meados da centúria. Para quem optava pelo barco, a forma mais cómoda e mais barata de viajar, a situação não era muito diversa. As viagens podiam ser atribuladas, por causa das intempéries e da ação de corsários e de piratas, e nem sempre se faziam com maior celeridade. O diferente regime de ventos entre a costa ocidental e a costa sul obrigava, muitas vezes, a paragens demoradas depois de dobrar o cabo de S. Vicente. Se era mais ou menos fácil progredir desde o Porto, ou de Lisboa, até ao promontório de

Sagres, quase sempre com vento favorável, uma vez aí chegados havia que esperar por uma mudança do vento para prosseguir viagem. Que podia demorar alguns dias, ou uma semana, com os atrasos daí decorrentes, talvez inesperados, mas inevitáveis. Até à navegação a vapor do século XIX, mais liberta das condicionantes naturais, era esta a realidade rotineira para quem entrava nas águas algarvias. Se bem que os problemas não fossem diferentes para quem pretendia navegar a partir delas em direção ao Norte.

A posição geográfica e o curso da história contribuíram, portanto, para colocar o Algarve nos confins de dois mundos civilizacionais. Como acontece tantas vezes nas zonas de fronteira, as interações e os intercâmbios frequentes suscitaram a mistura de gentes, de objetos, de modos de fazer e de dizer, ou de crenças e de valores culturais. Processos habituais, por certo, mas menos controlados devido à distância aos centros de decisão e de poder, e que originaram formas híbridas, estranhas aos olhares exteriores. Aos olhos de Frei João de S. José, um religioso do Norte que viveu em Tavira no século XVI, o Algarve era região de gentes e de costumes diversos, um pouco à imagem das terras então descobertas do “Novo Mundo”, também elas com hábitos estranhos e até bizarros. Como é comum em muitas regiões periféricas, o Algarve viria mesmo a ser vítima deste pecado da diferença. Não só os modos locais de falar foram equiparados a uma linguagem confusa e impercetível — uma «algarviada» —, como se desqualificou o património construído da região, por as entidades oficiais não reconhecerem nele as formas nem o interesse dos monumentos do resto do país. Sem monumentos, sem museus, sem bibliotecas, e também sem arquivos, pelos menos sem os arquivos que interessavam aos homens do século XIX, o Algarve era igualmente visto como uma região de águas escassas e de gentes com almas secas e pequenas. Para Raúl Proença, que em 1927 descrevia a região no *Guia de Portugal*, a origem do problema estava na mistura de sangues e de temperamentos, pecado sem remissão numa época de exaltação da raça e de valorização da pureza racial. Corrompida pelo sangue mourisco, a mulher algarvia não primava pela beleza, enquanto os homens eram tidos como interesseiros e mesquinhos, com a indolência típica dos povos do Sul.

Se o preconceito e o isolamento secular a que o país condenara o Algarve explicavam estas apreciações, elas acabavam por traduzir também, ainda que pela negativa, a abertura da região ao mar e às influências do exterior. Situada no cruzamento de dois

mundos civilizacionais, o Mediterrâneo e o Atlântico, ela tiraria partido dessa localização, como geralmente acontece em todas as fronteiras. Com um território disposto num anfiteatro virado ao mar, seria a partir deste que se organizaria o povoamento, com a instalação no litoral das principais cidades e dos centros políticos mais importantes. Foi a partir deles que se ordenaram os termos rurais e se organizaram as produções agrícolas, ou se regulou a criação de gado nos pastos da serra. Como cidades portuárias, ou apenas com acesso a um porto, como Silves e Loulé, todas garantiam uma relação próxima com o mar, com a pesca e com a navegação. O facto permitia a venda das produções da terra, o vinho e as frutas secas, os artefactos de esparto e de palma, o sal e o peixe seco ou salgado, trocando-as pelos produtos que a região não tinha, ou não produzia em quantidade. Como o ferro, os panos e os couros, mas sobretudo o trigo. Sempre que este faltava, e faltava em muitas ocasiões, havia quem o procurasse por toda a parte, do Mar Negro à Sicília, da Andaluzia ao Norte de África, ou das cidades da Flandres e do Norte da Europa às embarcações que transitavam pelos portos da região com trigo a bordo. Desse trigo chegado pelo mar, por norma trocado pelo vinho e pelos figos da terra, dependia a vida das gentes da região.

Tal abertura ao exterior não estava polarizada por nenhuma cidade em particular e era característica de todos os portos da região. Havia, por certo, portos mais movimentados, como Faro e Tavira, ou Lagos e Portimão, mas a dispersão da atividade marítima era de regra, favorecida pelas condições naturais da região. À exceção de Silves, por causa do assoreamento do Arade, ou de portos mais antigos e quase sem movimento, como Porches e Cacela, todos mantinham algum dinamismo. Mesmo os mais pequenos, como Alcoutim e Aljezur, ou Farrovilhas, o porto de Loulé no estuário do Ludo. Para isso contribuía, por outro lado, a vitalidade dos núcleos piscatórios, e, sobretudo, a crescente importância das armações de atum, espalhadas um pouco por toda a costa e que animavam a vida litoral durante os meses do Verão. Mas, também, a vigilância atenta das elites concelhias e as medidas por elas tomadas, interessadas na manutenção e na proteção dos seus portos, essenciais para garantir o abastecimento urbano e para assegurar o escoamento dos frutos secos. Com maior ou menor intensidade, esta dispersão da atividade marítima e portuária e da riqueza a ela associada — se o atum era o porco do mar, os frutos secos eram o ouro dos lavradores — manter-se-ia como um

dos atributos mais característicos da economia e da sociedade algarvia. Dos mais duradouros, também.

À região faltava, como ainda falta, uma verdadeira capital, um lugar central capaz de influenciar e de ordenar todo o território. Apesar de situada a meio da região, a cidade de Faro nunca conseguiu assumir essa posição, nem mesmo depois de ser transferida para o senhorio das rainhas e ser posta sob o patrocínio destas, ou de ser elevada a sede de bispado. Sofreu sempre a concorrência de Tavira e de Lagos, sobretudo desta, dotada de um porto melhor e que cedo se converteria na sede do governo militar da região. As grandes transformações dos séculos XIX e XX, primeiro com a navegação a vapor e depois com o caminho de ferro, pouco modificaram este panorama. De uma forma ou doutra, ambas se adaptaram aos interesses locais e às estruturas pré-existentes, dos portos de mar à rede de cidades litorais. Só as iniciativas dos governos centrais, com a criação de estruturas locais de administração e de serviço, como os governos civis, o Hospital, as forças de segurança, ou as delegações dos ministérios, mas, sobretudo, com a construção do aeroporto de Faro, dariam à cidade uma maior capitalidade. Mas incapaz, ainda assim, de a transformar no polo central da região. Não só lhe escasseava a demografia, dada a concorrência de Loulé e de Olhão, como sofria os efeitos centrífugos dos fluxos turísticos, quase tão dispersos pela região como os antigos portos e ancoradouros. A construção da imagem turística do Algarve como um espaço solidário, como se não houvesse contrastes, nem divisões — é a única região do país que surge nas indicações de distância das autoestradas —, não tardaria a confirmar, de resto, que nela não havia qualquer lugar central, capaz de polarizar o território e de representar as suas gentes.

Por importantes que fossem as autonomias locais, ou a dispersão geográfica dos fluxos económicos e da riqueza, nada disso impedia os acordos particulares entre os concelhos, nem a construção de entendimentos mais vastos. Há muito que estes se celebravam e por motivos de ordem variada. Desde logo para reservar os melhores pastos para os animais de lavoura, indispensáveis às ricas culturas do litoral e do barrocal, ou para desterrar para a serra o restante gado, como fizeram em conjunto os concelhos de Faro e de Loulé por meados do século XV. O mesmo entendimento estendia-se, aliás, aos vizinhos de Silves e de Albufeira, que tinham o direito a introduzir os seus gados nas áreas de pasto então definidas, como se a serra fosse um espaço de uso comunitário. Mais

importantes, eram as alianças que se faziam e se renovavam quando era preciso garantir o acesso ao trigo e às fazendas descarregadas noutro porto, ou sempre que era necessário completar a carga de um navio, ou responder a encomendas mais volumosas. A informação circulava, pois, entre os diferentes interessados, criando-se com ela uma importante economia de escala, indispensável para que os produtores e os portos da região fossem capazes de competir com os portos mais concorridos. A celebração de pactos deste género exigia assembleias com vários concelhos, ou com a maior parte deles — conhece-se uma reunião em Silves, outra em Tavira, três em Loulé — e dava origem, por vezes, à definição de políticas comuns. Que podiam ser de âmbito local, para proteger os cultivos com maior procura, ou regular a época da carregação, mas que também assumiam uma dimensão nacional. O Algarve seria, de facto, a única província do país a organizar assembleias intermunicipais e a levar capítulos gerais às Cortes reunidas pelos monarcas, quer dizer, a fazer-se ouvir através de um discurso coletivo, comum a todos os concelhos. Tudo parece indicar, assim, que os homens do Algarve sabiam há muito como partilhar informação e trabalhar em rede, ou como tirar o melhor proveito dessa forma de organização. Bem-adaptada à necessidade de encontrar respostas coletivas para problemas comuns, sem questionar as realidades e os particularismos de uma região diversa e com muitos contrastes.

A nossa transição para a modernidade não se baseou em alterações tecnológicas significativas, mas na transformação da produção e na emergência de novas atividades associados ao turismo, à hotelaria e ao lazer. A maior transformação ocorrida na região nas últimas décadas resultou da construção do Aeroporto Internacional de Faro em 1965 e com ele, da afirmação e do desenvolvimento do turismo.

Fomos das últimas regiões do país a ter a autoestrada construída. O caminho-de-ferro só chegou à região a 1 de julho de 1889, 33 anos depois de ter sido construído o primeiro troço a partir de Lisboa. O trilho costeiro naquela época tinha sobretudo a ver com questões de acesso à *bela paisagem* durante a viagem, e não tanto com a problemática atual de ser veículo de acessibilidade entre populações, que no presente surge como um grande obstáculo à relação entre as comunidades e as suas frentes ribeirinhas (como é o caso de Faro).

A massificação da atividade turística e o seu apogeu na segunda metade do século XX, associada ao turismo balnear, que se caracterizou nos países do Mediterrâneo pela sua monocultura, pela degradação do meio ambiente, pela sazonalidade da procura e pela associada banalização do produto “sol e mar”, conduziu à necessidade de proteção, salvaguarda e crescente valorização do património natural e cultural (Audrerie, 1997; Cuvelier *et al.*, 1994)². É deste período o documento internacional designado por “Carta do Turismo Cultural” (1976), onde se estabelece uma definição de turismo cultural (IPPAR, 1996).

O património, enquanto noção de cultura, é mais recente do que se crê, na medida em que, o património cultural construído foi tradicionalmente um mero instrumento utilitário, e a sua conservação assumida com uma perspetiva sobretudo de valor económico ou social. De facto, à noção de cultura da segunda metade do século passado correspondiam preocupações de conservação dos monumentos. O moderno conceito de património abrange todo o tipo de realizações humanas e não só os monumentos (Audrerie, 1997; Babelon e Chastel, 1994; Choay, 2000) integrando crescentemente a noção de *paisagem cultural*.

O alargamento da noção de património cultural, integrando aquilo a que se chamou de “novos patrimónios” - arquitetura rural, paisagem, jardins históricos, património industrial, património imaterial - coloca problemas às comunidades, que por restrições de meios humanos, financeiros, e até de outros recursos materiais, se veem obrigadas a selecionar os bens a preservar, e estabelecem necessidades de novos modelos de gestão que até agora não foram grandemente testados em Portugal. Os documentos mais recentes acentuam a chamada de atenção para a necessidade de planear e atuar em simultâneo na preservação do património, envolvendo a participação direta das populações e com base noutras formas de gestão (a *Convenção de Faro* é disso exemplo) (Gonçalves, 2013).

A própria palavra “cultura” expande-se a partir dos anos sessenta do século passado, ao mesmo tempo que se diversifica (cultura popular, culturas minoritárias, entre outras). Os

² Alguns excertos e passagens deste texto são objeto de publicação em capítulo de livro que se encontra em produção.

museus são pioneiros na perceção da cultura como uma indústria, retirando-lhe o carácter de pura realização pessoal.

Os destinos turísticos utilizam cada vez mais as imagens do património como forma de afirmação da sua identidade e semente de nova criatividade, enquanto se assiste a um aumento da procura interna deste tipo de ofertas, agora alargadas a outras camadas populacionais. Ainda que esta categoria de turismo se tenha desenvolvido de forma equilibrada ao longo da primeira metade do século XX, o período mais espetacular do seu crescimento foram os últimos 60 anos, acompanhado com o crescimento do turismo internacional e das atividades de lazer. Mas hoje são também outros os tempos, nos quais o lazer significa ação e transformação, e onde o turista quer fazer parte integrante da experiência cultural. A pergunta que se coloca é se isso está de facto a acontecer no Algarve, no património do Algarve, e que turista é este?

4. A Perceção da Cultura no Algarve: a região auscultada

Este Relatório/Documento foi encomendado para se poder produzir um mapa, não do setor cultural, mas da visão de Cultura que emana da Região Algarvia. Que emana das Câmaras, e dos seus dirigentes, das Instituições oficiais, mas também de todos aqueles que têm contribuído para o crescimento do setor na região ao longo dos anos. A auscultação realizada de forma direta, através de entrevistas, ou indireta, através da produção de textos, feitos sob encomenda, ou outros, teve como intuito o de levantar, e o de responder, a algumas questões fundamentais para o desenvolvimento, e sobretudo, para o estabelecimento de uma produção cultural consistente, que não ignore as características peculiares desta região a sul de Portugal.

Numa primeira análise do conteúdo das entrevistas realizadas promoveu-se uma sistematização de algumas notas de interesse para a análise empírica, que se procura apresentar de seguida. Por exemplo, no quadro 1, em anexo, apresenta-se a ordenação da primeira categoria de palavras mais frequente, a título exemplificativo, seguindo-se a apresentação das primeiras palavras com interesse para a análise empírica.

Como se pode constatar, a referência à “cultura”, ao “cultural” e “culturais” somam no conjunto 1846 registos nas entrevistas, o que em nosso entender é uma frequência coincidente com a própria temática das entrevistas. A palavra “Algarve” e a palavra “região” somam, em conjunto, também um registo superior a 1000 ocorrências e que se pode justificar pela mesma razão.

Verifica-se que as palavras “projeto” e “projetos” (no mesmo quadro 1) apresentam no conjunto 338 ocorrências, evidenciando uma natureza ainda embrionária da discussão em torno da cultura, da candidatura de Faro a Capital Europeia da Cultura e das suas atividades, pois ainda decorre o processo da sua proposta.

Por outro lado, de alguma forma surpreende que a palavra “turismo” surja com apenas 180 registos, sendo que nas suas derivações aparecem também: turista (6); turistas (23); turísticos (7); turístico (18); turística (25); turísticas (3).

Por sua vez, a palavra “capital” no conjunto das entrevistas surge com uma frequência de 93 menções pelos entrevistados (posição 167 na ordenação), sendo que se agregarmos a palavra “europeia”, essa referência é reduzida para 53, conforme Quadro 2 do mesmo anexo. Esta frequência era expectável dado que havia uma questão direta sobre a candidatura, pelo que, a principal curiosidade a assinalar é que surge várias vezes referida como: oportunidade única; estratégia para afirmação da diferença, de descoberta do nosso território e das nossas gentes; forma de abrir horizontes. Um dos agentes culturais utiliza uma expressão interessante de “porquinho mealheiro” para se referir à oportunidade de fundos acrescidos, que surge também várias vezes mencionado. Há também referências a necessidade de “criar condições de acolhimento”, de retomar projetos anteriores e de ter de ser um projeto regional e não só de Faro. A palavra “Faro” é mencionada 141 vezes.

Note-se que, por exemplo, o “Património”, que surge 117 vezes ao longo do discurso dos 35 entrevistados, é referido maioritariamente (64) pelos municípios, o que se demonstra muito revelador da perceção e do valor que cada município atribui ao Património. Com efeito, não deixa de ser significativo que metade dos municípios refere duas, uma ou nenhuma vez a palavra, ao passo que a outra metade a refere mais de cinco vezes, havendo um que a refere 14 vezes. Deduz-se que o recurso a esta palavra seja em grande parte induzido pela formação e experiência do informante, ainda assim estes números

não são despidiendos tendo em conta que o informante é, na maioria dos casos, o presidente ou o vereador da cultura. Por outro lado, pode-se referir que as entidades culturais ligadas e/ou com financiamento da DGArtes nunca referem a palavra, ao passo que, das 11 personalidades culturais entrevistadas, só 5 citam a palavra Património (apesar de 4 o fazerem recorrentemente), o que não deixa de ser significativo de um certo distanciamento entre parte dos agentes culturais e artísticos em relação à área do Património. Obviamente que são sobretudo estes que mencionam a palavra “arte”, que ainda assim é referida apenas 47 vezes, 15 das quais pelos municípios.

A palavra “Património” surge associada a uma enorme diversidade de tipos de património: arqueologia; património religioso; bens culturais; preservação das tradições; património concelhio; arquivo e documentação; paisagístico; natural; histórico-cultural; islâmico; museus e monumentos; gastronomia; património imaterial; evidenciando-se a referência ao património cultural edificado. A dimensão da defesa e salvaguarda está também presente de forma mais destacada do que a necessidade de reabilitação ou a nova criação de património.

Há várias referências à necessidade de formação técnica, artística e cultural, mas também à necessidade de capacitação de públicos para a cultura. Por outro lado, as referências à formação de públicos são mais presentes nas entidades municipais.

Já a palavra arte está em 7 momentos associada à arte contemporânea, com cinco dessas referências efetuadas por agentes culturais e com apenas 1 município e 1 das redes a referir também a arte contemporânea como se pode constatar no Quadro 3 (em anexo). Um dos municípios refere uma feira de doces como exemplo de arte.

A educação, por sua vez, ganha maior força do que a formação ao longo das entrevistas, sendo reconhecida pelos entrevistados como fundamental e não só para os estudantes, mas também para os profissionais, devendo ser renovada (cf. Quadro 4).

Por sua vez, a identidade é um conceito tão ou mais complexo que o de cultura. No discurso do conjunto dos entrevistados fica evidenciada a perceção do conceito como maioritariamente relacionado com o território e com a cultura, como se depreende do Quadro 5. Se por um lado é apontada a necessidade do reforço da identidade pela capacitação, por outro, já se questiona a sua perda.

A referência permanente nos meios de comunicação aos objetivos de desenvolvimento sustentado (ODS) e as alterações climáticas têm contribuído para um novo rumo para o conceito de sustentabilidade, que tem hoje um significado muito mais abrangente que aquele da preservação dos recursos naturais e ambientais, para as gerações futuras. O maior número de menções resulta da relação com a sustentabilidade ambiental, mas surgem igualmente a sustentabilidade financeira e com menor número de registos, a sustentabilidade cultural (cf. Quadro 6).

A abordagem desenvolvida em torno do passado, do presente e do futuro sobre a Cultura na região também merece alguma atenção, como se constata nos Quadros 7 e 8. A palavra “Presente” não foi objeto de tabela síntese pois surge referida apenas 20 vezes ao longo do conjunto das entrevistas e, em alguns acasos, o presente e o futuro são referidas em conjunto associadas à ação humana, mas também ao território e às populações. Com a palavra “Passado” surgem um número de citações relacionados com o passado cultural, como é o caso do passado colonial ou dos antecedentes culturais.

Da análise da tabela, que reflete a incidência de 42 referências à palavra “futuro” (Quadro 8) verifica-se que é entre os Municípios que surge mais vezes referida a palavra no discurso. O futuro é de esperança e de desenvolvimento, tem a participação de outros profissionais e das novas gerações, e tem de contribuir para a definição de um plano estratégico e para as políticas culturais das cidades.

Outra palavra/conceito analisada foi a de “rede” que surge referida 144 vezes, com 20 referências à Rede Azul (rede de teatros do Algarve) e com 12 referências à Rede de Museus do Algarve, em particular. A rede de arquivos e de bibliotecas possui apenas 3 referências explícitas, conforme se pode ver no Quadro 9. Numa análise do texto das entrevistas mais pormenorizada verifica-se que as redes têm como principais vantagens apontadas a programação em rede, e o elevado potencial que podem assumir na promoção da coesão territorial. A partilha de ideias e de projetos também é referida, mas partilhamos da ideia que é necessário mais trabalho em rede intersectorial, que perdure e não dependa de projetos efémeros no tempo.

Também se procurou verificar qual a incidência no discurso da palavra “equipamentos” (116 ocorrências), tendo o resultado sido significativamente baixo para a proposta de criação de novos equipamentos. No caso do Algarve e de Faro, há várias referências à

necessidade de manutenção dos equipamentos abertos, ao estudo da utilização de espaços alternativos, que não sejam as salas convencionais, assim como se propõe uma estruturação adequada dos espaços culturais, que crie sinergias e promova maior programação em rede. A carência de uma rede de transportes adequada de ligação entre os equipamentos culturais também foi mencionada.

Os “públicos” da cultura também estão presentes, com muitas referências à necessidade de educação, de mediação e de criação de públicos (é referida 92 vezes a palavra “público”). São mencionados os públicos escolares e os residentes estrangeiros, sendo que estes conceitos têm de ser trabalhados ao nível municipal, pois há falta de conhecimento sobre o turista.

Sobre o conceito de cultura verificam-se tomadas de posição por vezes contraditórias, pois se por um lado uma entidade regional diz que há falta de falar a uma só voz, por outro temos um agente cultural/programador que nos diz que é a única região do país a pensar-se como região.

Uns usam o contexto da sua formação académica para definir cultura, outros usam o território onde estão inseridos, muito num discurso de territorialização, que não é só dos municípios, mas sobretudo também de agentes que intervêm em zonas de baixa densidade.

No contexto de boas práticas surgem referidos o Programa 365 Algarve, o projeto “Lavar o Mar”, os concertos pedagógicos, O Festival Internacional de Cinema do Algarve, o Museu zero, entre outros.

Olhando numa perspetiva global para o resultado do processo de auscultação, na generalidade dos entrevistados denotou-se um manifesto interesse no desenvolvimento do presente estudo/documento, tendo o convite sido acolhido de forma bastante positiva. A abertura e satisfação na resposta às perguntas endereçadas foi evidente, expressando todos eles a importância que a criação destas dinâmicas assume no desenvolvimento de um futuro promissor para o Setor Cultural e Criativo da região, nas quais ouvir os agentes e decisores que atuam sobre o território é fundamental, não apenas para um maior conhecimento e mapeamento, como para estabelecer uma base relacional mais sólida entre estes.

Contudo, no que concerne às principais tendências de resposta, as problemáticas identificadas não se assumem como novidade, abordando essencialmente os tópicos em torno do financiamento, do trabalho em rede, da sazonalidade, da captação de públicos e da mobilidade, temas recorrentes ao longo da última década. Também o espírito crítico é fortemente vincado no discurso dos agentes identificados, revelando, por vezes, falta de visão estratégica ou de apresentação de soluções concretas e fundamentadas para dar resposta aos vários problemas apontados para a cultura no Algarve.

Conforme descrito, a perceção da cultura na região (conceito, missões, problemas...), resultante daquela auscultação, não difere muito do que já se conhecia. A falta de financiamento, os problemas de mobilidade, de sazonalidade ou a dificuldade em atrair públicos constam entre os problemas endémicos apontados para a Região. Neste aspeto não se regista nada de novo, ainda que essa perceção seja diferente consoante as entidades, sejam autarquias, agentes culturais, artistas ou outros, o que de certa forma decorre das experimentações de cada um e das especificidades com que se defrontam na sua área e território de atuação. Mas, mesmo nas entidades com a mesma categoria, notam-se diferenças que emanam das formações pessoais dos respondentes e do entendimento que têm da cultura e da sua missão, mas também dos recursos disponíveis e situação geográfica. É, pois, natural que a visão que municípios mais pequenos, com menos recursos e mais periféricos, não partilhe inteiramente ou pelo menos com o mesmo ânimo, muito daquilo que emana dos principais municípios do Algarve. Estes estão mais focados em si próprios ou em fazer parcerias com os municípios vizinhos (a região é mais abstrata) enquanto aqueles aspiram à efetiva concretização de uma região verdadeiramente integrada e integradora, ainda que quando se fale do Algarve todos consideram que se deve agir a uma só voz. Com efeito, ao contrário de técnicos/artistas e de outras entidades, as autarquias são praticamente unânimes ao afirmarem que o Algarve já trabalha em rede e age como uma região, apontando frequentemente o programa 365 como exemplo. Este programa acaba mesmo por ser referenciado recorrentemente pelas diversas categorias de interlocutores como um bom exemplo de programa cultural da Região, que não deveria ter sido interrompido, sendo apontado como exceção pelos respondentes que consideram que os municípios não trabalham em articulação.

Valorizando aspetos diferentes, quando questionados sobre o conceito de cultura e a sua missão, o que não deixa de ser normal, visto que reflete a diversidade das respetivas formações teóricas e experiências do dia a dia, existe um feixe de problemas apontados unanimemente pela maioria dos interlocutores: falta de financiamento crónico, sazonalidade, periferia, mobilidade, escassez de públicos, mas também de recursos (não de equipamentos!) e de massa crítica. Se o primeiro destes problemas resulta de uma perceção quase generalizada, e estatisticamente suportada, de que a maior parte dos investimentos da cultura vem do poder local, sendo o financiamento dos organismos centrais do estado muito marginal, já os restantes aspetos decorrem, fundamentalmente, da região ter pouca população ou, pelo menos, de uma ausência de densidade populacional e de núcleos urbanos de dimensão que permitissem criar outras sinergias e desenvolver outra massa crítica. Mas se estes problemas apontados são inerentes à própria natureza da Região e, portanto, elementos caracterizadores da mesma a que os programas culturais terão que se adaptar, há outros elementos apontados, particularmente por artistas e agentes culturais, que merecem toda a atenção.

Desde logo a instabilidade dos financiamentos e da programação que criam descontinuidades e incertezas. A este propósito a interrupção do programa 365, apontado como um exemplo de sucesso com resultados concretos e forte impacto na região, nomeadamente nos concelhos mais deprimidos, é sistematicamente referido como algo que não deveria ter acontecido, até porque este programa já tinha criado sinergias e alguns hábitos que se começavam a consolidar. Por outro lado, este programa, com outro tipo de financiamento que não autárquico, permitiu construir uma programação alternativa àquela que decorre do financiamento municipal e que tende, segundo alguns inquiridos, a canalizar boa parte da oferta cultural para o entretenimento com claros desequilíbrios e carências em outras áreas culturais e criativas. A descontinuidade de tal programa, bem como de outros projetos, prefigura uma falta de visão estratégica e de planeamento, segundo uns, ou até de uma política cultural, segundo outros, que muito tem prejudicado a Região, nomeadamente a criação de massa crítica cultural residente ou até a exposição ao exterior do que aqui se vai fazendo. Note-se a visibilidade granjeada pelo Festival Med, que se deverá tanto à qualidade da sua

programação como à continuidade e regularidade ao longo dos anos (só interrompida pelas restrições impostas pela Pandemia em 2020).

Outro aspeto apontado por vários interlocutores, de forma mais ou menos explícita, é uma clara falta de articulação, por vezes quase divórcio, entre as atividades culturais e criativas e o turismo. Esta ligação, ou falta dela, nomeadamente a articulação e integração de programas culturais e criativos na agenda da oferta turística, resulta como uma forte debilidade de uma região turística e que vive do turismo, não apenas para a atratividade daquela oferta como para a atividade cultural, criativa e artística. Esta realidade intuída por quase todos, mas expressa de forma cabal, como tendo uma importância estratégica, apenas por alguns, é tanto mais gravosa quanto “o Eurobarómetro de 2017 sobre o património cultural referia que 72% dos inquiridos com idade entre os 15 e os 24 anos, destacava a existência de património cultural como um fator importante na escolha do seu destino de férias”, de acordo com afirmação do presidente da CCDR Algarve (Apolinário, 2021: 56). A par da perceção, por parte de muitos de um certo divórcio entre municípios, este é apontado como um segundo divórcio, claramente penalizador da afirmação mais forte da cultura na Região e da Região como um todo. Todavia, algumas autarquias, reconhecendo essa importância, fazem jus em ter o turismo ligado à cultura na orgânica dos seus serviços, procurando oferecer para residentes e turistas programas que combinam no mesmo pacote o Património natural e cultural. Com estas mesmas preocupações, outros intervenientes fazem apelo a um “turismo criativo” e mais sustentável através da cultura e de mais cultura, sugerindo que os programas de apoio ao turismo, que têm sido sobretudo dirigidos para atividades de retorno visível e imediato, sejam mais diversificados e passem a contemplar mais atividades criativas e culturais integradoras de residentes e visitantes do e no território. Apontam, desta forma, uma mudança de atitude por parte de dirigentes e de organismos no sentido de se esforçarem mais para se aproximarem e integrarem mais aquelas atividades nas suas ações e projetos turísticos. Relacionado com este tópico surge a menção a alguns projetos que marcam pela diferença, nomeadamente na promoção de áreas de baixa densidade, como o “lavar o mar”, o “Festival da comida esquecida” ou o “Festival do contrabando” entre outros.

Na análise *SWOT* feita no Plano Estratégico da Direção Regional de Cultura do Algarve de 2015-2018, registavam-se como fatores negativos “um défice de apoio às atividades artísticas nos primeiros ciclos de ensino, e a incerteza na sustentabilidade das poucas estruturas profissionais existentes na região”, bem como a reconhecida dificuldade de investimento na manutenção e salvaguarda dos monumentos e do património classificado da região, particularmente os de grau nacional que constituíam o maior número (26 Monumentos Nacionais e 102 de Interesse Público de grau nacional contra apenas 33 de grau municipal). Nesse mesmo documento (p. 16) refere-se o município de Silves como o único da região onde os imóveis classificados de grau municipal superam os de grau nacional (19 para 17), de onde se pode depreender uma aposta nos procedimentos de proteção legal para com os imóveis de relevância patrimonial a nível concelhio. Certamente que este facto não será alheio à estreita ligação existente, na orgânica dos serviços camarários, entre a Cultura e o Património Cultural com o Turismo, já que o município reconhece no Património cultural e na cultura elementos-chave que têm permitido atrair nas últimas décadas fluxos muito significativos de turistas à cidade. Um terceiro tópico apontado, mas não inteiramente pela sua ausência, é a integração da região em redes europeias e a outras diferentes escalas (nacionais, regionais, locais) para ultrapassar a escassez decorrente da posição e natureza da Região.

A programação em rede e as novas formas de comunicação são apontados como vetores essenciais neste domínio por boa parte dos respondentes; e, a este propósito, é reconhecido por vários interlocutores (até com algum orgulho) um caminho de sucesso já percorrido de trabalho em rede, como nos museus, arquivos ou bibliotecas, mas que necessita de ser aprofundado e alargado a outros sectores culturais e criativos a nível regional e mais além. O trabalho mais articulado entre entidades e em rede é genericamente apontado como algo absolutamente essencial para melhorar as práticas do sector na região, apelando-se ao esforço de todos para ultrapassar divergências entre municípios e/ou entidades que só ganham se programarem, trabalharem e executarem em conjunto.

Vários dos entrevistados ressaltaram o facto de o Algarve, no país, ser das poucas regiões que se pensa como tal – há teses que defendem o Algarve como uma cidade expandida, recortada pelo N125. Mas há ainda quem refira que a N125 e a linha do comboio ligam

apenas o litoral, funcionam de facto, como trajetória, mais ou menos curvilínea, que não se distancia demasiado da ria ou do mar, deixando parte do território sem visibilidade, ou pior ainda, condenando à invisibilidade uma parte significativa do território que se concentra no Barrocal e na Serra. E não nos podemos esquecer de que, mesmo com uma linha do comboio e uma Estrada Nacional, a mobilidade no Algarve é reduzida, e limitada, sendo um privilégio apenas daqueles que possuem carros, o deslocar-se livremente em quaisquer horários ou dias da semana.

Os documentos oficiais da estratégia para o desenvolvimento turístico da região identificam sucessivamente como principais pontos fracos: acessibilidade aérea para a generalidade dos mercados; mobilidade na região (rede viária e ferroviária); e também, a articulação entre os vários sistemas de transporte. Nos pontos fortes, e na relação com um turismo mais cultural, surgem: a inscrição da Dieta Mediterrânica como Património Cultural Imaterial reconhecido pela UNESCO; a gastronomia e os vinhos; a diversidade paisagística e a tipicidade; e nas oportunidades referem, a procura de experiências novas e diferentes pelos turistas.

Aquelas questões estruturais detetadas como pontos fracos e ameaças continuam por resolver, não se tendo verificado investimentos expressivos em infraestruturas ou nas acessibilidades, ou no desenvolvimento efetivo de novos produtos turísticos, mas apenas uma intervenção ao nível da imagem e do marketing do destino Algarve, e nalguns segmentos de mercado específicos (*birdwatching*, turismo de natureza, *walking* e *cycling*) verificando-se nesse sentido alguma renovação.

Por outro lado, a nosso ver, o esforço colocado na criação de conteúdos de roteiros e itinerários de âmbito cultural tem-se perdido com o fim dos projetos associados, fundamentalmente, por falta de articulação e definição dos modelos de gestão e de governança, e pela carência de uma agenda continuada de eventos associados. De mencionar será também a agenda de eventos dos programas como o *Allgarve* e o *365 Algarve* que parecem ter encontrado dificuldades em convencer os *stakeholders* nacionais e regionais, pelo que, ao fim de três ou quatro edições, foram extintos, ainda que, neste último caso, se tenha verificado um percurso ascendente nos contributos dados para o aumento da qualificação e diversificação da oferta cultural regional, com

um modelo de programação que envolvia a integração estruturada e em rede, entre o setor cultural, e o setor turístico e hoteleiro, com a efetivação de parcerias estreitas entre ambos e com resultados cada vez mais positivos em termos da identidade cultural regional, e da programação artística.

O acentuar do interesse em experimentar locais e atividades que representam de forma autêntica a história e povos do passado transformou o património em recurso turístico. Alguns destinos do Mediterrâneo conscientes de que estas ofertas podem ser fundamentais numa estratégia de diversificação das suas procuras, mas também no contributo para esbater a sazonalidade, têm feito grande esforços de investimento em projetos culturais e de requalificação patrimonial. Contudo, será de encontrar propostas associadas ao território e às suas identidades, na medida em que não só os recursos não são iguais, mas sobretudo porque a experiência da visita cultural é hoje de maior interação e participação na produção por parte do visitante.

O turismo cultural tem sido timidamente assumido como fator estratégico para a qualificação da oferta turística, ou para a captação de novos turistas para Portugal e para a Região do Algarve. A Estratégia de Especialização Inteligente para o território afirma que a região deve adotar estratégias que incluam recursos naturais e edificados, procurando a sustentabilidade.

As atividades culturais, os recursos naturais, o comércio especializado e o tradicional, o artesanato, são apontados como elementos locais que contribuem para o modelo de inovação sustentado com base em recursos locais e no consumo de um turismo de proximidade, essenciais à valorização do território e diversificação da base económica regional.

No caso concreto do Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve, 2015-2018, é referida a necessidade de salvaguardar o património, garantir a sustentabilidade ambiental e diversificar a oferta turística. Os turistas dão crescentemente prioridade a um consumo de proximidade (casa, família, estabilidade, meio ambiente), desejando um turismo mais cultural e com um reforço dos valores associados à sustentabilidade dos destinos (RTA, 2014). Entre as tendências apontadas estão o *Slow travel*, as férias ativas, o *geocaching*, as experiências gastronómicas, as viagens com animais de estimação e os

viajantes solitários. A procura por novas experiências, a valorização da natureza e a consciencialização ambiental são oportunidades para a região (RTA, 2014: 347).

O turismo é desta forma assumido como dando um contributo para o desenvolvimento regional e para a qualidade de vida das comunidades, em que os recursos e produtos locais devem ser valorizados. A comunidade do destino deve também fazer parte da experiência turística. A abordagem revista em 2017, numa atualização do Plano de Marketing, introduz os turistas que são criativos, pessoas que levam em consideração as especificidades locais e a singularidade das experiências ao fazer a escolha do destino, e que são um público a considerar numa campanha de marketing (RTA, 2017).

Face ao exposto e ouvidos diferentes *stakeholders* da região apresenta-se a seguinte análise resumo do sector cultural e criativo:

Análise SWOT – Setor Cultural e Criativo na Região do Algarve³

ANÁLISE EXTERNA	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
• Aeroporto e Região com elevada notoriedade internacional e atratividade turística: Clima ameno, hospitalidade e ambiente de segurança • Elevada fixação de estrangeiros residentes que possuem hábitos de consumo cultural • Imagem muito positiva do turismo internacional do destino turístico Algarve • Aumento do interesse pelo trabalho em rede e em parceria entre os organismos da administração pública de diferentes áreas (Região de Turismo do Algarve e Universidade do Algarve) • Tecido cultural jovem e dinâmico apesar das dificuldades de apoio	• Alterações constantes das opções políticas na organização do setor público da cultura • Orçamentos sucessivamente sem margem para novos projetos ou possibilidade de garantia de intervenção regular na salvaguarda e defesa do património classificado • Desigualdade orçamental e financeira entre municípios que dificulta investimento equitativo em programação cultural e o apoio ao associativismo • Apoio às artes na região reduzido comparativamente com o resto do país e descontinuado em alguns projetos • Desinvestimento da administração central numa agenda regional de eventos culturais • Despovoamento do interior do Algarve

³ Estes elementos resultam não só das entrevistas realizadas pela equipa aos municípios, a entidades regionais e agentes, e personalidades culturais, mas também da atualização da estratégia regional para a cultura efetuada em 2015, bem como da análise do Relatório das conferências digitais realizadas no âmbito da elaboração do documento cultural Algarve 2030 e do Relatório dos *World Cafés Virtuais*, org. AMAL, 2021.

• Oportunidades de cooperação transfronteiriça com a Andaluzia em projetos cofinanciados • Conjunto de equipamentos com boas condições de acolhimento de eventos e projetos culturais • Juventude e diversidade de agentes e associações com capacidade de inovação e diferenciação • Definição de estratégia conjunta entre a educação e a cultura em termos nacionais, regionais e locais • Emergência de participação e organização em redes culturais internacionais • Presença na região da Universidade do Algarve: desenvolve o ensino mas também a investigação nos domínios do património e da cultura • Luz, mar, condições naturais e até necessidades sociais como massa crítica para a criação • Novas procuras turísticas: turismo criativo, turismo sustentado, ecoturismo e turismo de natureza. • Candidatura de Faro, a Capital Europeia da Cultura	• Incapacidade de investimento na salvaguarda do património cultural classificado por falta de investimento público (nível local, regional e nacional) • Redução da taxa de comparticipação dos fundos europeus na região que obrigam a uma contrapartida pública muito elevada • Total desinteresse e apoio mecenático do tecido empresarial regional à cultura e património • Baixo reconhecimento público do trabalho desenvolvido pelo setor cultural e criativo • Afastamento das pessoas da região em relação ao setor cultural e criativo • Alterações climáticas, escassez de água e erosão costeira, face ao posicionamento geográfico da região
ANÁLISE INTERNA	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
• Qualidade dos profissionais e técnicos da cultura, com disponibilidade e vontade de aprendizagem • Regulamentação em desenvolvimento para financiamento e apoio à ação cultural • Produções locais de qualidade • Diversidade cultural entre residentes e visitantes • Agentes culturais de qualidade e com grande diversidade artística (orquestras, grupos de teatro, dança, bandas, artesãos e outros criativos) • Promontório de Sagres considerado Marca Património Europeu • Oportunidades de aprendizagem entre pares através dos projetos e redes regionais, nacionais e internacionais em desenvolvimento • Diversidade de patrimónios existentes e da paisagem cultural • Número expressivo de bibliotecas • Alguns exemplos de boas práticas de programação em rede subsetoriais (museus, bibliotecas e arquivos, teatros)	• Rivalidade interna na região e consequente dificuldade de trabalho em rede • Falta crónica de política cultural e de financiamento ao setor cultural e criativo • Carência de documentos estratégicos orientadores nos vários níveis: nacional, regional e local • Tecido cultural profissional débil e com dificuldade de circulação para fora do Algarve • Falta de sistemas de informação e apoio à decisão – falta de digitalização do setor e de informação integrada • Projetos culturais muito individualizados • Poucas livrarias e falta de visão crítica para a cultura regional • Condições de apoio e de trabalho do setor dificultam a profissionalização e fixação • Flutuação das estruturas organizacionais nos últimos anos • Falta de digitalização da cultura e da comunicação em cultura

5. Para uma visão Prospetiva da Cultura no Algarve

Muitas foram as respostas, e as definições que nos foram dadas em relação ao conceito de Cultura – é, de facto, um conceito muito vasto. Vale ainda a pena recordar que se não há um consenso à volta do conceito de cultura, o mesmo também inexistente em relação ao conceito de arte, que ora se confunde com o de cultura, ora é visto como elitista ao mesmo tempo em que é reconhecido como popular. Fala-se muito das Indústrias Culturais e Criativas, mas é preciso que se tenha uma real compreensão do que se diz, e do que se pretende, quando a cultura deixa de ter um valor em si mesma e passa a ter um valor monetário, mais que simbólico, nalguns casos sendo apresentada mesmo como a salvação de e para algumas regiões.

Em 1993, Antuérpia foi a capital europeia da cultura e escolheu, como mote, uma questão: “pode a arte salvar o mundo?” Não foi encontrada nenhuma resposta satisfatória, se é que há alguma. Mas este mote fez com que o ano de Antuérpia como centro das atenções culturais do mundo europeu fosse bastante produtivo e instigante. Uma cidade com grande tradição no comércio, com um dos maiores portos da Europa, decidiu abrir-se efetivamente às artes, permitindo o desenvolvimento de diversos espetáculos e mostras, dando aos criadores um grande espaço para desenvolver projetos ousados, sem impor um limite economicista para a criação artística. Se este projeto não salvou o mundo, deu alento ao mundo das artes, cujas produções ali realizadas aportaram em outras paragens nos anos que se seguiram.

O conceito de capital da cultura surgiu nos anos 80 por sugestão da então ministra grega Melina Mercouri. Em 2004, o Relatório Palmer dedica-se a uma extensa avaliação sobre as capitais da cultura, de 1995 a 2004, onde não só descreve os casos estudados como apresenta uma série de recomendações. A ideia do relatório era estudar o impacto económico e cultural, bem como o possível impacto social resultante da escolha de determinada cidade assumir, por um ano, o papel de centro cultural da Europa. Mesmo que a finalidade do relatório seja a de orientar os organizadores das futuras capitais da cultura, é um documento bastante interessante para se analisar a pertinência económica, cultural e social de um evento como este. Uma das conclusões do relatório é a de que se

não houver um entrelaçamento entre os objetivos sociais, culturais e económicos, e não houver qualquer mudança das políticas, públicas ou privadas, no que diz respeito ao investimento no setor cultural, o que fica, além das boas lembranças, são apenas dívidas. É interessante rever o Relatório Palmer à luz das respostas que nos chegaram e das ideias que costumam estar à frente de projetos culturais de grande envergadura. Para muitos entrevistados, a ideia de cultura que atrai a população está, irremediavelmente, ligada à ideia de entretenimento. Em termos financeiros, e de retorno da população, é mais simples investir-se num espetáculo popular, que atraia multidões, que investir na compra de espetáculos destinados a uma suposta elite intelectual que, de acordo com os relatos e com os dados disponíveis na Direção Regional de Cultura e na Região de Turismo do Algarve, é maioritariamente composta por estrangeiros, residentes ou não, que possuem hábitos culturais mais urbanos e contemporâneos. O que torna, sem dúvida, uma tarefa complexa para quem vai investir na área, sobretudo no caso das Instituições Oficiais, pois a população autóctone quer ser ouvida e quer ter o direito de escolher a sua “cultura”, o que é, de facto, um direito que se poderia dizer inalienável. Portanto, sem a ligação da promoção cultural com a educação para a cultura, dificilmente teremos públicos com gostos mais diversificados, prontos a dar o benefício da dúvida a obras, e a artistas, que não são consensuais ou sobejamente conhecidos.

5.1 As Artes

É inegável a relação entre as artes, e cultura em geral, com a questão económica – seja pelos custos de produção, seja pela valorização das obras artísticas ou pelo investimento destinado ao setor. A relação entre as artes e a economia sempre foi bastante polémica. Muitos artistas, ainda hoje, não admitem que as suas obras sejam um produto a mais, dentre tantos outros, que a cultura industrial produz em massa. Nos anos 40, do séc. XX, os teóricos da Escola de Frankfurt criaram um termo para designar a nova forma de produção de bens culturais: Indústria Cultural. Horkheimer e Adorno procuravam definir o novo papel da arte numa era de produção massiva orientada pelo capitalismo vigente. A produção artística saía da esfera dos bens de consumo espiritual para os bens de consumo primário, já que a sua produção e distribuição em nada diferia da produção e

distribuição dos bens de consumo mais convencionais. A cultura de massa aparecia para substituir outras formas possíveis de cultura e, para estes filósofos, a única forma de resistir à massificação completa do pensamento artístico era viver nas margens, como faziam os artistas de vanguarda. As vanguardas artísticas apareciam como uma forma de resistência necessária, sem a qual a arte sucumbiria à barbárie.

A relação entre a cultura e o capitalismo fomentou, desde sempre, a reflexão intelectual dos membros da Escola de Frankfurt que não viam com bons olhos o processo de produção da cultura na primeira metade do séc. XX. A cultura passou a ser dividida em alta e baixa cultura. Na segunda categoria apareceria todo e qualquer produto que pertencesse à cultura de massas: filmes, programas radiofónicos, publicidade, música e literatura ligeiras. A condição de reprodutibilidade das novas tecnologias era encarada como um fator de empobrecimento da criação artística.

Para os sociólogos e filósofos da Escola de Frankfurt, o problema da cultura de massa residia no facto de ser construída sobre uma ideologia fraudulenta. Adorno, Horkheimer e Marcuse, em diversas obras, elaboram o conceito de cultura a partir da distinção feita na Alemanha entre cultura e civilização. A cultura era o lugar dos sentimentos elevados, onde conceitos como liberdade e felicidade poderiam ser postulados. À civilização caberia o papel de reprodutora de bens materiais. A ideologia burguesa do fim do século XIX difundia a cultura, como uma promessa de futuro, para que a população em geral não questionasse o sistema de produção, e distribuição, de bens materiais. As novas tecnologias permitiriam que mais pessoas desfrutassem dos bens culturais, através do seu processo de reprodução e difusão, aproximando todos do mundo idílico da cultura. O que seria, à partida, um bom negócio para todos. O problema é que a dissolução da cultura na civilização, ou seja, a conversão de bens simbólicos em bens materiais, não trouxe o prometido paraíso partilhado, mas, pelo contrário, converteu a cultura em mercadoria, integrando-a completamente no sistema de valores capitalistas.

A cultura transformada em valor de troca perde as suas qualidades intrínsecas e reforça, ainda mais, o fosso entre a elite e o povo. Pode-se dizer que alguns conceitos da Escola de Frankfurt são datados ou muito marcados pela circunstância em que nasceram, mas não nos devemos esquecer de que a promessa de fusão entre civilização e cultura, de facto, não se concretizou. Os bens de cultura continuam a ser bens de consumo, com

valor de troca, e aqueles que escapam a este destino são pertença de uma elite intelectual e/ou económica e estão cada vez mais distantes de uma circulação e consumos verdadeiramente democráticos. E quando pensamos em valores democráticos, não nos podemos esquecer de escutar o público, de perceber as suas sensibilidades e de dar resposta às suas demandas, mesmo que estas não sejam aquelas que os intelectuais e artistas julgam ideais. E a questão que se (im)põe é: como criar pontes entre formas diferentes de pensar a cultura, e a arte, estimulando o público a libertar-se de preconceitos e a permitir-se abrir para novas experiências?

Vários dos entrevistados citaram o *Programa 365* como sendo um modelo desejável de apoio à criação e aos criadores, ao mesmo tempo que promoveu a descentralização da descentralização, ou seja, passou-se a olhar para o Algarve de forma continuada e não fragmentária, promovendo atividades em municípios menos centrais. O interessante é que a maior parte dos representantes dos Municípios não fizeram referência ao Programa, provavelmente por ser um Programa de Financiamento Central e de não estar apenso ao seu pelouro. O que nos dá uma amostra das dificuldades em se conseguir, senão um consenso, pelo menos um acordo entre Estado/Municípios e Agentes Culturais. Nos anos 80, no Reino Unido, o *Greater London Council* começou a utilizar o termo Indústria Cultural para falar de atividades culturais que geravam riquezas e empregos e que não estavam integradas no sistema de financiamento público. O termo aqui não assume o aspeto negativo que lhe foi dado à nascença, mas serve para ilustrar a ligação entre arte e economia, sendo a primeira uma importante fonte de riqueza e de trabalho. Nos anos 90, na Austrália, aparece o termo Indústrias Criativas, que incorporava áreas de produção que envolvessem a criatividade, competência e o talento individual, como potenciais geradores de trabalho e riqueza, sobretudo através da exploração da propriedade intelectual. A par da ideia de Indústrias Criativas, Cidades Criativas, do desenvolvimento de *clusters* criativos capazes de promover a integração entre os saberes e a produção, quer de arte, conhecimento ou de empregos e de mercadorias, surge o conceito de Turismo Criativo, tema tratado pela investigadora do CES - Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Nancy Duxbury, num Encontro realizado no âmbito mais geral deste projeto.

O turismo, é, indubitavelmente, a grande fonte de renda da região. Mesmo antes da pandemia de 2020/2021, o Algarve, através de diversos agentes, muitos deles professores da Universidade do Algarve, tem repensado a oferta turística e a própria definição do turismo e do turista que se quer atrair. A sazonalidade, um dos pontos bastante sublinhados por praticamente todos os entrevistados, precisa ser combatida e a melhor forma de combatê-la, mantendo a tradição/desígnio do Algarve, é investir em novas formas de turismo que valorizem o(s) Património(s), a(s) Cultura(s) e a(s) Arte(s). Mais uma vez, o Programa 365 foi referido como um modelo a ser replicado, pois, nalguns casos, conseguiu atrair, e principalmente criar, públicos para propostas que decorreram em cidades menos centrais, com “atores” e obras pouco usuais.

Falou-se do caso do Reino Unido, devido ao seu pioneirismo e à associação dos temas das Artes e da Cultura com uma agenda política e económica. Na Inglaterra, mas também em outros países do UK, percebeu-se que as artes e a cultura não eram atividades marginais, mas que, pelo contrário, estavam plenamente inseridas na lógica de produção e geravam riqueza e trabalho, bens essenciais para qualquer país. Nas entrevistas realizadas, esta perceção da Arte como um bem essencial é mais evidente nas respostas dos Agentes Culturais e/ou responsáveis por Redes de Cultura e Artes, como a Rede de Bibliotecas ou a Rede Azul (teatros), que propriamente pelas autarquias.

Após a crise pandémica, que ainda está a ser atravessada, tornou-se essencial produzir uma reflexão mais aprofundada sobre o uso das tecnologias como instrumento de criação e de mediação das Artes e da Cultura em geral. Fala-se hoje de sociedades pós-industriais, e mais ainda, de sociedades pós-materialistas. Não podemos deixar para trás um pensamento fundamental para alguns filósofos de Frankfurt: a ideia da diluição da cultura na civilização, que deveria ser um benefício, mas que foi desviada do seu fim reificando o universo à sua volta. A tão falada Sociedade do Conhecimento, que refletiria a mudança de paradigma económico e social, é uma realidade. Mas não é uma realidade (com)partilhada. A sua existência está vinculada a uma série de princípios de produção e circulação de bens que está longe de ser uniforme na nossa sociedade global. Talvez o nome tenha sido alterado, mas a ideologia permanece: os bens culturais são uma promessa de paraíso possível, mas não necessariamente igual para todos.

Para que as Artes possam ser consideradas como um dos motores da economia de uma região é preciso que seja feito todo um trabalho de base, que seja uma demanda da própria sociedade, mais que uma imposição de cima para baixo. Percebeu-se, pelas respostas ao inquérito e pelas discussões promovidas nas Sessões de *World Coffee*, que os representantes da Sociedade Civil estão muito interessados em que se instale uma cultura artística, de forma mais continuada e apoiada, no Algarve (Lima, 2021). O que falta agora é que a Sociedade Civil consiga organizar-se e exigir, aos executivos e aos órgãos de financiamento do país, um investimento e um incentivo continuado na criação e na difusão das Artes. Associado, sobretudo, ao ensino, que pode ser um forte aliado na formação de públicos e de uma massa crítica cada vez mais exigente e mais aberta a ofertas menos “espetaculares”. Sem público, não há maneira de se criar sustentabilidade para a Arte, que deve tornar-se cada vez mais independente do Estado, mas que precisa sempre do incentivo duma sociedade apta a recebê-la ou a consumi-la.

O Algarve possui Associações de artistas, algumas com tradição e visibilidade dentro e fora do país. É ainda uma região que se reconhece como tal, o que facilitaria, à partida, a circulação de públicos e a densificação de uma massa crítica que desse suporte aos mais variados produtos artísticos, no entanto, enquanto não resolver a questão da sazonalidade, da fragmentação territorial promovida por uma rede de transportes deficitária e pela consciencialização do papel fundamental, e dos contributos que a Educação e as Artes podem trazer, continuaremos a fazer inquéritos e a obter as mesmas respostas, sem que no entanto nada mude.

5.2 O Património Cultural

No Plano Estratégico da Direção Regional de Cultura do Algarve de 2015-2018 já se apontavam como pilares fundamentais numa visão prospetiva:

- Cooperar mais e melhor
- Partilhar conhecimento
- Comunicar melhor

Estando, de certa forma, implícita nos outros dois pilares a partilha do conhecimento, a cooperação entre pessoas, nomeadamente através do aprofundamento, de mais e de

melhor trabalho em rede, ou uma melhor e mais eficaz comunicação a nível interno e externo, assumem-se como as grandes orientações que emanam quer daquele Plano Estratégico já com alguns anos, quer do que decorre das conversas dos cafés virtuais que ouviu dirigentes, cidadãos e artistas.

De resto, a importância do trabalho em rede como vetor fundamental para atingir esse desiderato de cooperar mais e melhor, sendo bem destacado nas conversas tidas nos “Cafés virtuais” (Lima, 2021), é ainda um dos tópicos mais recorrentemente referidos nos Inquéritos efetuados.

Na partilha do conhecimento podemos enquadrar a aproximação da Cultura à Educação, incentivando a disseminação em meio escolar de atividades e hábitos culturais e criativos, de acordo com a apreciação apurada também naquelas conversas dos “Cafés virtuais”, disseminação essa que pode e deve ser apoiada na “importância da tecnologia, ao serviço da comunicação e divulgação da cultura na região” (Lima, 2021:12).

Também neste relatório é bem destacado, a importância de uma melhor comunicação interna e externa onde a programação cultural, até para combater a sazonalidade e se tornar sustentável, deve ser pensada para todo o ano, com foco primário no público local, mas onde o turismo e o visitante surgem como parceiros. A este propósito sublinha-se para além da “autoestima cultural” a importância da multiculturalidade e da diversidade das comunidades quer para a valorização do Património e tradições culturais regionais quer para reunir sinergias e contributos para a inovação (também dessas tradições!) e desenvolvimento da região, respetivamente.

O património enquanto bem público e o seu usufruto pela comunidade de residentes e visitantes induz na sociedade, e no território, um valor social e de qualificação que não é facilmente apreendido por quem nele investe ou dele se serve. Sendo, hoje em dia, reconhecido por todos como um fator essencial na diferenciação positiva dos territórios e na sua consequente atratividade, nem sempre tem o lugar que deveria ter nas estratégias regionais de desenvolvimento. O facto de não ser um bem intrinsecamente transacionável e de o retorno dos investimentos não ser de perceção imediata, nem de quantificação fácil — mas as receitas do Coliseu de Roma pagaram há muito o custo da sua construção —, resulta num défice de investimento na sua manutenção e gestão, a que acresce, sobretudo a nível autárquico, fazer pouco uso de procedimentos que

conduzam à sua salvaguarda, nomeadamente através de mecanismos de classificação. Claro que a isto não é alheio o facto de a intervenção em Património, nomeadamente em Património edificado, requerer, muito frequentemente, meios avultados, a que o erário municipal tem dificuldade em responder sozinho. O caso agrava-se quando as verbas do poder central são muito escassas para responder a isto, pelo que na perceção que decorre da auscultação dos entrevistados é frequentemente referida uma falta de recursos para manter e valorizar os bens patrimoniais.

O trabalho em rede e, com isso a criação de sinergias, como, por exemplo, como é apontado, recuperar edifícios patrimoniais para neles instalar residências artísticas, ou outras valências trazendo esses bens muitas vezes devolutos para os dias correntes, será uma forma de os preservar e valorizar. Será neste sentido que o município de Silves considera que “a Cultura e o Turismo, assim como o Património, formam um triângulo estratégico”. Um turismo cultural que alie património cultural e natural, como, por exemplo, a “Rota da Laranja”, ou património material, imaterial e artes, como o “Jazz nas Adegas”, constituem bons exemplos que têm granjeado sucesso apreciável. Também alguns eventos como o “Festival de comidas esquecidas”, ou a exposição “O Algarve do Reino à Região” entre outras iniciativas, tiveram sucesso na ligação do litoral com as áreas mais interiores de baixa densidade, permitindo fluxos de públicos do litoral para o interior. Trata-se como diversos interlocutores realçaram, de um turismo mais criativo através de mais cultura que só terá um real impacto se forem respeitados três fatores que até aqui não mereceram a devida atenção: a programação em rede entre os diferentes concelhos para que os eventos não se sobreponham e se possa conciliar a diversidade de tipologias dessas realizações, permitindo que estas agradem e atraiam diferentes públicos; comunicação mais eficiente e diferenciada tendo em conta os públicos-alvo, onde a comunidade estrangeira, residente ou visitante, tem que ser tida na devida conta; persistência e continuidade dos eventos, sujeitos a avaliação, para criar uma imagem de marca e otimizar os dois fatores anteriores.

Os bens patrimoniais induzem ambientes e fatores de atratividade dos territórios, de difícil contabilização, mas que qualificam e diferenciam as regiões, cujas comunidades devem ser chamadas a ter um papel ativo na sua gestão, valorização e fruição. Torna-se

cada vez mais claro que é necessário aprofundar a promoção dos bens patrimoniais, nomeadamente através da sua articulação com a oferta turística.

Reconhecendo progressos dos últimos anos, continua por aprofundar ou implementar um conjunto de mecanismos que fomentem uma otimização de recursos patrimoniais que terá que passar necessariamente por parcerias várias e protocolos de colaboração entre entidades públicas e privadas, onde o Estado, diretamente ou através das entidades regionais, deverá ter sempre um papel de regulador e de estimulador.

6. Caminhos para o Futuro

Um Mar Novo, um novo Algarve, um novo caminho

O mar tem na obra de Sophia de Mello Breyner um lugar especial e, em particular, na obra o “Mar Novo”. Em 1956, João Andresen (irmão de Sophia), integrou com o pintor Júlio Resende e o escultor Salvador Barata Feyo (ambos da Escola de Belas Artes do Porto), a equipa que venceu o concurso para o Monumento ao Infante D. Henrique em Sagres, com uma proposta designada *Mar Novo*, que não foi concretizado. O concurso lançado por António de Oliveira Salazar acabaria por ser suspenso, por discordância com a decisão do júri, como fizera já várias vezes, com propostas de outros artistas. O Conselho de Ministros comunicou apenas que havia decidido não construir a obra. Em vez disso, seria edificada em Lisboa uma reprodução, em pedra, da escultura do Padrão dos Descobrimentos, prevista para ser exibida apenas durante a Exposição do Mundo Português, em 1940.

Em 1958, Sophia de Mello Breyner Andresen deu ao seu livro de poesia o nome da obra censurada do seu irmão, atónita com a decisão que assumiu natureza política; viria através do livro a soltar um grito de revolta e de oposição, e em particular, com um dos seus poemas. Aquela “obra” ficaria para sempre nos arquivos oficiais do Estado Novo. Uma tese académica sobre o tema evocou esta referência ao mar, como símbolo dinâmico, como espaço de nascimentos, metamorfose e renascimentos.

O mar pode ser espaço doutras utopias. A crença que esta transformação pode ocorrer e nascer de um ímpeto regional e local, associado ao dínamo de Faro, Capital Europeia da Cultura 2027.

A litoralização da região trouxe um ordenamento com vista para o mar com um efeito urbanístico perverso, mas comum a todo o Mar Mediterrâneo – crescimento em altura do edificado, aumento da especulação imobiliária na faixa litoral, deterioração e abandono das características da construção de carácter endógeno, aculturação pela introdução de padrões de estética dos outros, densificação dos aglomerados urbanos na zona costeira e despovoamento do interior, abandono das atividades primárias, terciarização da economia, entre outros impactos menos positivos.

Muitos veem o Algarve como um destino de férias balnear – visitantes internacionais e nacionais. Nós próprios não temos uma noção clara da nossa história e da sua importância nacional, pelo que, se assiste a reflexões permanentes sobre a perda de identidade e de orgulho próprio.

No âmbito do Plano de Marketing Estratégico do Turismo do Algarve, foram desenvolvidos vários estudos pela Universidade do Algarve, revelando as principais razões identificadas pelos turistas para visitar o Algarve: gozar “tempo de férias” e de “lazer”. Na descrição da região, os turistas usaram palavras como "sol", "praias", "bonito" e "quente" e como fatores principais para a sua satisfação com o destino: a praia, o clima, a gastronomia e as pessoas. A concentração de pessoas em determinadas áreas e períodos do ano (julho e agosto) emerge como problema. Também entre os turistas residenciais (proprietários de 2ª habitação ou que ficam em casa de outras pessoas), verifica-se uma concentração nos municípios de Albufeira, Portimão, Loulé e Lagoa (RTA, 2014).

Outros dados revelados demonstram que o Algarve é um destino de fidelização: é visitado mais que uma vez por ano por vários dos turistas e 95,8% dos entrevistados já conheciam a região de estadias anteriores. Os turistas residenciais planeiam voltar (80%), assim como 66% dos visitantes tradicionais (RTA, 2014). No inquérito realizado, verifica-se a existência de visitantes que são criativos e estão em lazer: são jovens (média de 35 anos) que viajam de carro, explorando o território. Os investigadores propõem por isso a promoção de experiências diversificadas baseadas nas comunidades, na gastronomia, no clima. As atividades culturais e de lazer, de saúde e bem-estar e relacionadas com a natureza e eventos festivos, assumem de igual forma um potencial de desenvolvimento.

As motivações para a visita ao Algarve revelam alguma heterogeneidade e diferenças por países de origem, ao longo dos últimos 10 anos (*vide Serra et al.*, 2014).

É expectável que os viajantes procurem crescentemente um maior envolvimento com as comunidades e destinos que visitam, partilhando modos de ser e de estar com as gentes que os recebem, descobrindo novas culturas e conhecendo o património, a natureza e a cultura locais (Gonçalves *et al.*, 2005; Remoaldo *et al.*, 2020). Os “novos viajantes” quererão experimentar algo novo, motivados pela oportunidade de imersão numa cultura diferente e de contacto com as comunidades. As experiências de turismo criativo constituem-se como oportunidades excelentes nesse sentido: vão ao encontro das necessidades observadas na região de diversificação da oferta turística, de desenvolvimento do turismo nos locais de pequena dimensão, de atenuação da sazonalidade, de valorização dos recursos locais, de sustentabilidade territorial.

Nas propostas de turismo criativo, as comunidades locais são envolvidas nas experiências, concriando com o turista: orientam oficinas, conduzem os participantes, trabalham em conjunto. Deste modo, a imersão do turista na cultura local é alcançada ao aprender e fazer algo intimamente ligado aos lugares e às gentes onde a experiência ocorre. O projeto CREATOUR⁴ no Algarve constituiu-se como um exemplo de uma pequena rede informal de agentes com vista a atrair turistas para fora das zonas costeiras e dos circuitos turísticos tradicionais, oferecendo-lhes a oportunidade de interagir de muito perto com as comunidades e de conhecer e aprender os saberes-fazer locais. Estas ofertas sensibilizam os participantes para a diversidade do património histórico e cultural do Algarve e divulgam, valorizam, preservam e recuperam o património cultural imaterial e material, a história e a cultura, as artes e os ofícios tradicionais. Outros, como o Projeto Magalhães e o *Crafts&Food* posicionam-se no mesmo enquadramento e promovem a prossecução de objetivos similares, todavia, uma estratégia regional não pode basear-se em projetos efémeros que terminam com o fim do financiamento europeu.

Na região do Algarve as ofertas turísticas e culturais, como as do turismo criativo, que vão ao encontro das expectativas de turistas que procuram estar informados, aprender e

⁴ CREATOUR: Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais – projeto n.º 16437 – financiado pelo Programa de Atividades Conjuntas (PAC) do Portugal 2020, através do COMPETE 2020, POR Lisboa, POR Algarve e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, em parceria com CES, LAB2PT, DINÂMIA’CET-IUL, CIDEHUS, CIEO (06/2016-06/2020) (<https://creatour.pt>).

conhecer mais sobre as culturas dos destinos, devem ser estabelecidas como estratégias de valorização do território, fazendo uso dos seus recursos endógenos.

O caminho para o desenvolvimento e sustentabilidade de áreas de interior e rurais de pequena dimensão, afastadas dos grandes centros de procura turística, parece ser este de um turismo fortemente ligado aos lugares, às pessoas e ao património. No Algarve acontecem experiências que fazem os participantes – visitantes e residentes – sentir-se especiais, num lugar especial. O que nos distingue não são as águas quentes e as excelentes praias.

No Algarve, já há atividades que envolvem visitantes e comunidades residentes em experiências partilhadas, que resultam em momentos únicos e contribuem para a afirmação das identidades locais. Existem ofertas que constroem parcerias, capacitam as comunidades e outros agentes turísticos, que respondem às necessidades de diversificação diagnosticadas e que podem ser parte duma estratégia de desenvolvimento sustentável.

Tudo isto para concluir que realmente precisamos de uma Visão de Futuro, centrada na ideia de “Novos Mares, Novos Caminhos” que reescreva o novo Algarve através da cultura. Esta novidade pode ser como a ideia do *Palimpsesto*, de reescrever a partir da reciclagem, como a questão da água, do naval e do marítimo, sem apagar as coisas más, mas usando-as como plataformas e lições à Humanidade. Sabemos que se atravessa uma nova crise motivada pela Pandemia e como a crise social vai afetar principalmente o turismo e o emprego cultural. O Bem-Estar que se procura proporcionar aos turistas está diretamente relacionado com o Bem-Viver das comunidades residentes.

Algumas das questões que consideramos boas incluem: Como ter uma economia baseada em atividades o ano todo? Como ser uma região mais sustentável? Como tornar-se mais inclusiva? Como resolver os problemas de acessibilidade? Como ser um destino cultural? Numa entrevista ao *Le Monde*, em Dezembro de 2010, Edgar Morin afirmava: “A ideia de metamorfose é mais rica do que a ideia de revolução, pois guarda a radicalidade transformadora, mas liga-a à conservação (da vida, do património cultural). Para ir rumo à metamorfose, como mudar de caminho? Mas se parece possível corrigir alguns males, é impossível romper a lógica técnico-científico-económico-civilizacional que leva o planeta ao desastre. No entanto, a História Humana mudou muitas vezes de caminho.

Tudo recomeça por uma inovação, uma nova mensagem desviante, marginal, pequena, muitas vezes invisível para os contemporâneos. Assim começaram as grandes religiões: budismo, cristianismo, islamismo. Hoje, tudo tem que ser repensado. Tudo deve recomeçar”. A resposta, justifica, é dada pelas proximidades, admitindo a existência de “uma efervescência criativa, uma multiplicidade de iniciativas locais, em conformidade com a revitalização económica, ou social, ou política, ou cognitiva, ou educacional ou ética, ou da reforma da vida.(...) A ciência moderna formou-se a partir de algumas mentes desviantes dispersas, Galileu, Bacon, Descartes, e então criou suas redes e associações, introduziu-se nas universidades no século XIX, e depois, no século XX nas economias e nos Estados”.⁵

Dir-se-ia que Faro 2027 e a ideia de Visão para a Cultura num Horizonte 2030 é a oportunidade de iniciar uma nova viagem para o Algarve - uma metamorfose, uma transformação humana e social, - que se deseja uma revolução silenciosa e inspiradora para as futuras gerações.

O caminho passa por retomar as relações de proximidade, de vizinhança, promover crescentemente a urbanidade que caracteriza esta “cidade macro” que é o Algarve, onde se convive em harmonia com todas as etnias, religiões e culturas, num clima de tolerância e respeito mútuo inigualável, e que deve servir de modelo global, numa Europa e num Mundo onde o Bem-Estar e o Bem-Viver estão cada vez mais difíceis.

7. Orientações e propostas para o futuro

Orientações

Uma visão de futuro para a região tem que articular a realidade cultural diagnosticada a partir da opinião de dirigentes, de entidades regionais, agentes culturais, cidadãos, dos vários estudos que observam criticamente a Região e avaliam as suas necessidades, com os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU (ODS 2030) e a RIS3 da Região. Os caminhos que apelam a uma diversificação do turismo- o motor económico da Região – e uma maior ligação à Cultura, não só vão no sentido de qualificar o Turismo de Sol e

⁵ Disponível em: https://www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/elogie-de-la-metamorphose-par-edgar-morin_1289625_3232.html).

Praia, combinando-o com um Turismo criativo, como vão ao encontro daqueles objetivos de sustentabilidade e se alinham perfeitamente com os domínios da RIS3 regional nas suas linhas de ação e atividades prioritárias. Note-se que esta Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente aponta o Turismo, o Mar bem como as Indústrias Culturais e Criativas (a par do Agroalimentar, das TIC, das Energias Renováveis e da Saúde e Bem-estar) como eixos de ação prioritários da Região, em que, idealmente e na medida do possível, se possam articular entre si. É assim que uma visão de futuro para a Cultura não pode deixar de ter estas estratégias em conta, contribuindo para um caminho unificador e assumindo uma postura, transversal à Região e àqueles diferentes eixos onde o Território deve ser visto em todas as suas potencialidades e recursos. A ideia do mar e das águas não só cumprem esse desiderato agregador deste território e da cultura que o interpreta e (re)cria, como coloca no centro das preocupações os grandes desafios da contemporaneidade que se prendem com a sustentabilidade e desafios relacionados com as alterações climáticas, como a preservação e subida dos Oceanos, a escassez e gestão da água; mas também com outras temáticas cada vez mais prementes como uma cultura para a Dieta Mediterrânica e a economia circular e de proximidade, ou ainda para os repto sociais relacionados com as desigualdades e segregação num território cada vez mais multicultural e cosmopolita, ao mesmo tempo que olha para pressão sobre os recursos litorais *versus* abandono e desertificação do interior. Um caminho para a sustentabilidade e com sustentabilidade, tendo em conta estas preocupações, terá necessariamente que incluir os contributos da cultura artística e criativa, essencial na releitura do saber secular das tradições e do saber fazer, para aliar a tradição à inovação num verdadeiro movimento de “tradinova”. Tratando-se do Algarve, a escolha das águas, do mar, mas também das águas interiores, como ideia aglutinadora para um trabalho em rede de todo o território e das entidades que nele se distribuem e interagem parece um bom ponto de partida tendo em conta a história, a tradição, a identidade e a realidade atual da Região. Note-se que os diferentes atores da Região, no contexto de boas práticas, já identificam algumas atividades recentes, de que são exemplo o Programa 365 Algarve, o projeto “Lavar o Mar”, os concertos pedagógicos, o Festival Internacional de Cinema do Algarve ou o Museu Zero, perfeitamente alinhados com as preocupações futuras e caminho a seguir. Outros não

identificados pelos entrevistados merecem a nossa referência, como é o caso do “Festival Bezaranha”, no âmbito da programação em rede intermunicipal que está a acontecer na região e que promovem a identidades e as raízes algarvias, mas que devia ser mais abrangente e inclusivo em termos territoriais de áreas artísticas.

Neste sentido emergem algumas orientações que progressivamente devem tentar implementar-se, apesar de se reconhecerem alguns bloqueios que devem tentar ultrapassar-se:

- Trabalho em rede: apesar de já ter dado os primeiros passos, de forma mais ou menos informal, os resultados já são conhecidos e reconhecidos como exemplares a nível nacional (como a rede de Museus, de Arquivos, Bibliotecas, Teatros). Como tal, o trabalho em rede cujos méritos são hoje inquestionáveis, deve ser expandido não só na região, mas mais além, e assumir um carácter mais institucionalizado. Aqui assume particular importância a programação em rede, particularmente de grandes eventos, envolvendo as diversas autarquias e entidades regionais, de forma a evitar sobreposição de programas na Região ao mesmo tempo que se permitirá, com a conjugação e reunião de esforços, alcançar outra escala, dimensão e projeção. Estes grandes eventos terão que ter continuidade para ir criando uma imagem de marca associada à região (veja-se o Festival Med e a projeção que alcançou e, mais recentemente, a Feira da Dieta Mediterrânica). A programação para médio longo prazo de grandes eventos em rede permitirão prever um sistema de transportes ocasionais de apoio a esses eventos que permitam mitigar o problema das acessibilidades e mobilidade.
- Mais e Melhor Comunicação: o Algarve é sobretudo conhecido como um destino de sol e Praia. É nessa imagem que tradicionalmente se tem apostado e, em grande medida se continua a apostar. Uma boa comunicação para a região deve passar a mensagem de que o Algarve não é só Sol e Praia, mas muitas outras coisas mais que ampliam e qualificam essa imagem de férias quentes; o algarve é também paisagem, tradição gastronomia, arte, património, cultura. Esta comunicação terá que ser acompanhada de ações e projetos concretos, duráveis, de que já existem alguns exemplos que podem ser replicados e ampliados como o 365, o “Lavar o Mar” ou o CREATOUR. Programas e projetos deste tipo, que

terão que ser financiados, trarão retorno a prazo, nomeadamente na imagem mais diversificada e qualificada da região, numa maior mitigação da sazonalidade, mas, para tal requerem tempo, pelo que têm que ser concebidos a médio-longo prazo. Outro retorno será, certamente, o da educação e o da formação e captação de novos públicos;

- Diversificar e articular: Relacionado com os tópicos anteriores, este tópico permite chamar a atenção para um conjunto de problemas que tem a ver com a necessidade de algumas entidades regionais estreitarem a sua colaboração bem como com a necessidade de articular algumas atividades de forma a ganhar atratividade, dimensão e projeção. Desde logo um maior diálogo entre a Região de Turismo e gestores turísticos com as entidades mais diretamente ligadas à gestão do Território, nomeadamente as autarquias e algumas associações de desenvolvimento local e de preservação do Património natural e cultural; mas também com a Direção Regional da Cultura e associações e agentes culturais e criativos de forma a funcionar de forma mais articulada, envolvendo os diferentes territórios (litoral e interior) e recursos (sol, mar património natural e cultural, atividades criativas e de experimentação). Desta forma a diversificação seria conseguida e assente num maior diálogo entre o litoral e o interior, sendo a cultura, as atividades criativas, o Património (natural e cultural) e as entidades e agentes instaladas no terreno o veículo de fluxo de públicos (de visitantes e de residentes) entre as diferentes sub-regiões. A diversificação e articulação deverá ser ainda feita a diferentes níveis, cruzando num mesmo programa ou pacote o património cultural (material e imaterial) o património natural, o património com as artes, as artes com a tradição e os ambientes para criar novos ambientes.

Neste sentido, a importância da valorização do património urbano onde os ambientes proporcionados pela luz de espaços seculares e milenares, pela arquitetura, se combinam com ambientes artísticos e criativos é de suma importância. Neste aspeto é fundamental manter as identidades das cidades nos seus diferentes momentos, preservando símbolos e fragmentos que marcam os diferentes períodos nos quais as cidades se construíram ao longo da espessura do tempo. Isto é que torna estes espaços verdadeiramente singulares e importa valorizá-los combinando-os com eventos culturais e criativos de diferente

natureza, para aumentar a diversidade, a atratividade e a autoestima das comunidades, ao mesmo tempo que, no espírito da Convenção de Faro do Conselho da Europa, se contribui para o diálogo multicultural, multigeracional e, em última análise, para a inclusão social. Tal só poderá ser feito através de mecanismos onde entidades e agentes turísticos trabalhem com autarquias e entidades e agentes culturais e criativos, mas onde a população e os agentes económicos em geral devem ser envolvidos. A reabilitação e qualificação urbana, nomeadamente dos centros históricos, estimulando a *refuncionalização* de prédios antigos devolutos com valor patrimonial (em vez de se construírem novos edifícios), deve aqui ser considerada como um importante fator na regeneração do tecido urbano das cidades.

Por sua vez, desenvolver destinos de turismo criativo na cidades e áreas rurais, complementando, diversificando e qualificando a oferta da região, é algo que deverá ser o caminho, à luz de um futuro mais sustentável.

Proposta

PROGRAMA:

As águas não dormem

O título do programa recupera um antigo provérbio norte-africano (berbere), que recorda o movimento perpétuo da água, lembrando ao mesmo tempo os saberes necessários para tirar dela proveito como fonte de vida e para evitar as consequências catastróficas sempre que corre sem controlo. Surge aqui na forma plural para evocar a diversidade das águas algarvias — do mar às rias, dos rios às ribeiras, dos olhos de água aos poços, às cisternas, às fontes e às nascentes — e das diferentes formas que a vida humana assumia a partir delas e em torno delas. Diversidade, movimento e vida, portanto.

As águas não dormem é um programa de âmbito regional, que procurará recuperar a familiaridade dos algarvios com as águas e com os seus recursos, mas também com os problemas criados pela sua qualidade e pela sua escassez, pela erosão que provocam, ou pelo avanço destas no litoral. Para restaurar essa centralidade das águas terrestres e marítimas, não só haverá que ilustrar os saberes e as técnicas associadas aos usos das

águas, sejam estas antigas, ou atuais, como convirá valorizar os espaços, as construções os rituais e as rotinas próprias dessas atividades, abrindo igualmente espaço para as formas de sociabilidade que elas originaram (bailes, merendas, banhos rituais) e para as criações artísticas e culturais que as tomaram como fonte de inspiração e de reflexão. Não se trataria de fazer obra nova, mas de aproveitar os equipamentos e os recursos existentes (lista em anexo), valorizando essa diversidade ao dar-lhe maior coerência, articulação e visibilidade, por meio da adoção de um tema comum, mas também de um caderno de boas práticas e de regras partilhadas e consensuais. A partir do que já existe (cerca de duas dezenas de equipamentos diretamente relacionados ou relacionáveis com a água e mais de três dezenas de recursos histórico-arqueológicos visitáveis), mas admitindo novas iniciativas, poder-se-ia criar um equipamento cultural de dimensão e estatuto regional, que o Algarve nunca teve, mas com uma estrutura descentrada e a trabalhar em rede. Sobretudo no que respeita à criação de uma imagem cultural forte, à divulgação, à criação de um bilhete único, ou partilhado por mais do que um dos polos, e, claro, a uma essencial programação em rede. De resto, os meios financeiros necessários não seriam avultados, embora seja imprescindível uma estrutura capaz de assegurar uma curadoria comum e uma coordenação eficaz.

8. Conclusão

Foi-nos pedido que, após ler todos os documentos produzidos pela prospeção e pelos diversos encontros e discussões promovidos pela equipa que apoia a candidatura de Faro à Capital Europeia da Cultura em 2027, fôssemos capazes de prever, ou de ajudar a preparar o futuro – um futuro assente numa compreensão mais universal, e sobretudo mais uníssona, da palavra cultura, um futuro quase-presente, em que a região, obrigada a pensar-se, fosse também capaz de propor soluções.

Em relação à ideia de Cultura, muitas foram as respostas, pois, de facto, é um conceito muito vasto. E de acordo com a visão de cada município, ou de entidades ou agentes culturais, podemos perceber que nem sempre estamos todos a pugnar pelo mesmo. Há, no entanto, um conjunto de ideias, e de conceitos, que perpassaram, em maior ou menor grau, os discursos daqueles que contribuíram para o documento: rede,

educação, investimento, combate à sazonalidade, descentralização, formação de públicos.

Assim sendo, elaboramos uma análise *SWOT*⁶ e destacamos quais os elementos críticos que devem, de imediato, sofrer alterações, ou, pelo menos, gerar uma discussão mais efetiva em torno deles se quisermos avançar com um plano estratégico de Cultura e para a Cultura da Região. Como necessidades prementes para o desenvolvimento do setor cultural e criativo na região identificaram-se de forma evidente os seguintes elementos, referidos de forma explícita pelos diferentes *stakeholders*/agentes auscultados:

1. Acessibilidade e mobilidade regional ao nível dos transportes e da circulação, que dificultam a participação na vida cultural noutros lugares, que não os de residência habitual;
2. Cultura todo o ano e para todos, e não apenas entretenimento para o turista;
3. Capacitação e formação de públicos, mas também de profissionais a nível técnico e artístico;
4. Descentralização da oferta cultural e alargamento a espaços não formais;
5. Mapeamento da cultura nas diferentes vertentes artísticas e patrimoniais, incluindo o património cultural imaterial;
6. Criação de uma bolsa de projetos e reforço do investimento, e de outras formas de apoio ao setor (gabinetes de apoio a candidaturas);
7. Comunicar melhor, desenvolvendo para além de uma estratégia de comunicação integrada global (nacional e internacional), uma Agenda Regional que permita melhorar a calendarização e evitar sobreposição de atividades.
8. Aprofundamento do trabalho em rede entre os diversos organismos e entidades, não apenas as que lidam diretamente com as atividades criativas e culturais da região, mas também entre estas com *stakeholders* congéneres de outras regiões nacionais ou internacionais.

⁶ *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)

De referir que a sazonalidade tradicionalmente referida como uma ameaça à região como destino turístico, emerge numa análise da situação do Algarve como destino cultural como uma oportunidade, dado que pode alavancar outras procuras e públicos fora da época alta do turismo balnear.

As orientações que julgámos mais pertinentes e a proposta com a qual se encerrou este trabalho procuram responder a muitos destes problemas, criando um programa comum, partilhável por toda a região. Deixamos contudo, como ressalva final, que uma análise mais aprofundada poderá resultar da continuação deste trabalho de enquadramento e do seu aprofundamento temático, incluindo uma discussão por áreas artísticas, e por domínios culturais específicos, que requer outros meios, outra metodologia e outro calendário para o seu desenvolvimento.

Referências bibliográficas:

Apolinário, J. (2021) "Programa Operacional Algarve 2030", in V. Martins, Cultura Algarve 2030 Aspirações e Visões de Futuro - Relatório das conferências digitais realizadas no âmbito da elaboração do documento Cultural Algarve 2030, org, AMAL (policopiado), pp. 54-57.

Audrerie, D. (1997) La Notion et la Protection du Patrimoine. Paris : Presses Universitaires de France.

Babelon, J.P. e Chastel, A. (1994) La Notion de Patrimoine. Paris: Liana Levi.

Choay, F. (2000) A Alegoria do Património. Lisboa : Edições 70.

Cuvelier, P., Torres, E. e Gadrey, J. (1994) Patrimoine, modèles de tourisme et développement local. Paris: L' Harmattan.

Ghiglione, R. e Matalon, B. (1992) O Inquérito. Teoria e prática. Oeiras: Celta.

Gonçalves, A., Perdigão, F., Torkington, K., Pereira, L., Martins, P. (2005) O Evento Faro, Capital Nacional da Cultura 2005 e o Turismo. Ferreira, A. e Martins, A. (Coord.), Universidade do Algarve, Escola superior de Gestão, Hotelaria e Turismo.

Gonçalves, A. (2013) A cultura material, a musealização e o turismo: a valorização da experiência turística nos museus nacionais. Tese de Doutoramento, Universidade de Évora, <http://hdl.handle.net/10400.1/3155>.

Lima, M. C. (2021), Cultura Algarve Horizonte 2030 – Relatório *World Cafés Virtuais*, org. AMAL.

IPPAR (1996) Cartas e Convenções Internacionais. Instituto Português do Património Arquitectónico/Ministério da Cultura, Lisboa.

Krippendorff, K. (1989) Content analysis. E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T.L., Worth & L. Gross (Eds.) International Encyclopedia of communication, Vol.1, Nova Iorque, NY: Oxford University Press, 403-407.

Mayring, P. (2014). Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>.

Porter, M. (1998). "Clusters and the New Economics of Competition". Harvard Business Review, 76(6), 77-90.

Plano Estratégico da Direção Regional de Cultura do Algarve de 2015-2018. Cultura e Património no Algarve, valores a reforçar e a democratizar. Direção Regional de Cultura do Algarve, Abril de 2015 (doc. policopiado).

Remoaldo, P; Serra, J; Marujo, N; Alves, J; Gonçalves, A; Cabeça, S; Duxbury, N. (2020), "Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal". Tourism Management Perspectives 36: 100746-100746.

RTA (2014) Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve, 2015-2018, Faro.

RTA (2017) Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve, 2015-2018, revisão 2017, Faro.

Serra, J., Correia, A. e Rodrigues, P.M.M. (2014), "Heterogeneity in Tourism Motivations: The Case of the Algarve", Tourists' Behaviours and Evaluations (Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 9), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 85-95.

Referências eletrónicas:

<https://creatour.pt>

https://www.lemonde.fr/idees/article/2010/01/09/elogio-de-la-metamorphose-par-edgar-morin_1289625_3232.html).

Anexos:

Quadro 1 - Análise das palavras mais frequentes nas entrevistas

Ordenação	Frequência	Palavra
1	5808	que
(18...31)	(...)	(...)
17	981	cultura
32	578	Algarve
36	515	cultural
39	500	peessoas
41	465	região
49	350	culturais
80	180	turismo
81	179	projeto
95	159	projetos

Quadro 2 - Análise da ocorrência das palavras “Capital Europeia”

N.º	Resultados para ocorrência das palavras “Capital Europeia”	
1	tão significativa como essa. O facto da candidatura a	capital europeia acho que vai marcar muito a nossa região,
2	partir, no fundo, do território que é o Algarve. A	capital europeia algarvia ou nortenha tem de ter uma diferença,
3	que é preciso fazer mais a esse nível. E a	capital europeia como é um porquinho, é um mealheiro muito generoso,
4	“Fazemos este ano porque é o ano em que somos	Capital Europeia da Cultura e depois fecha-se tudo e vai-
5	outro lugar. Se aquela cidade foi escolhida para a	Capital Europeia da Cultura vamos ver essa cidade, procurar o
6	estou a dizer porque Faro se está a candidatar a	Capital Europeia da Cultura. O Algarve está situado numa zona periférica,
7	Sobretudo com uma candidatura como Faro	Capital Europeia da Cultura. Não se pode deixar morrer um festival
8	da mesma, já que é um pacote financeiro gigantesco. A	Capital Europeia da Cultura tem que deixar lastro na região. Guimarães
9	que continuam. Se a Candidatura de Faro ganhasse a	Capital Europeia da Cultura, nós aqui obviamente seríamos muito felizes
10	ali perto, de Guimarães, que se candidatou e ganhou a	Capital Europeia da Cultura. Eu não conhecia a cidade antes, conheci
11	de fixação das residências artísticas. Vejo o conceito de	Capital Europeia da Cultura como uma oportunidade de mostrar o que
12	várias velocidades também acho que um projeto como a	Capital Europeia da Cultura vem alertar os políticos para a necessidade
13	visitar-nos pela nossa diferença e identidade. Faro como a	capital europeia da Cultura é uma oportunidade. Aproveitando as questões
14	no Algarve como uma região e pensar em Faro como	capital europeia da Cultura não como apenas Faro, mas sim como

15	e isto não me parece que seja compatível com uma	capital europeia da cultura a menos que nos encontremos uma solução
16	assim que aparentemente são marginais. Nós como uma	capital europeia da cultura temos de nos preparar a montante
17	A parte artística questiona muito, sempre. O conceito de	capital europeia da cultura é ótimo, é um conceito de marketing
18	digam que vai mudar. Talvez esta questão da candidatura a	capital europeia da cultura, mas pelo menos, mais uma vez,
19	experiência que tive e aliás, não estive em mais nenhuma	capital europeia da cultura sem ser Guimarães. Tem um impacto fortíssimo
20	não fique pelo caminho se por acaso Faro não for	capital europeia da cultura, mas acho que já é um bom
21	conceito é ótimo. Acho que a ideia de pensar uma	capital europeia da cultura é muito desafiante, mas é um conceito
22	pensamento artístico, o que é que é isto de uma	capital europeia da cultura, que impacto é que ela pode ter.
23	em níveis diferentes: local, nacional e estrangeiro. A	capital europeia da cultura é uma grande oportunidade porque no fundo
24	que está a ser feito agora também, pelos vistos, pela	capital europeia da cultura, em que Faro aparece como cidade
25	que fazem parte, ou seja, o candidatarmos a uma	capital europeia da cultura é uma boa prática sem dúvida. Fundamental.
26	pergunta para 3 horas de teste... Eu acho que aqui a	capital europeia da cultura e acho que pelo menos os sinais
27	há lugar para todos. Acho que tem que ser uma	capital europeia da cultura que tem que diretamente refletir
28	espetro de trabalho no tempo, mas eu creio que uma	capital europeia da cultura é uma oportunidade única que não
29	que em Portugal, quanto a mim, ainda não houve uma	capital europeia da cultura que aproveitasse na sua totalidade
30	conselhos dos pedagógicos. O conceito de	capital europeia da cultura é muito interessante na medida em
31	lufadas de ar fresco. Eu acho que o conceito da	capital europeia da cultura é um conceito que tem que ser
32	primeiro sinal que é possível, a "Rede Azul" também. A	capital europeia da cultura pode ser um verdadeiro impulso da cultura
33	na região para que pudéssemos ser um verdadeiro palco da	capital europeia da cultura. Esta poderia ser muito diferente p
34	que é por excelência turística e é o efeito dessa	capital europeia da cultura. Uma região que tem o turismo e
35	não tínhamos nos metido no projeto de candidatura a	capital europeia da cultura, não tínhamos feito o plano estratégico para
36	Faro, uma vez que Faro se está a candidatar a	capital europeia da cultura 2027 e pareceu-nos um projeto muito interessante
37	sejamos vencedores, e que sejamos merecedores de ser	capital europeia da cultura 2027.
38	o facto de termos esta oportunidade de termos aqui uma	capital europeia da cultura, é isso mesmo, é uma oportunidade
39	que eu vejo pelo facto de nós termos aqui uma	capital europeia da cultura, são as mesmas que eu reconheci quando
40	papel da cultura e esse pode ser o papel da	capital europeia da cultura. Se for só para afirmar a cultura
41	é colocado também pela por este acontecimento que é	capital europeia da cultura, para isso não serve de nada... A
42	das frentes, também porque sinto que se houver uma	capital europeia da cultura se calhar um nível da região, é
43	última questão, que é que, se calhar, a questão da	capital europeia da cultura de Faro pode ser aquilo que se
44	nos visita, e eu acho que realmente a questão da	capital europeia da cultura pode ser precisamente o caminho
45	o plenamente que sejamos realmente a grande proposta para a	capital europeia da cultura. E digo isto porque estamos aqui no
46	e que eu tenho pena. Não sei, se isto da	capital europeia de Faro possa em qualquer maneira dar, ou pôr
47	ser tudo igual. Então o que é que caracteriza uma	capital europeia do Algarve senão a própria cultura que a região
48	da cultura, são as mesmas que eu reconheci quando esta	capital europeia esteve noutros. Portanto, trata-se de trazer para um
49	por explorar como o design de produto. Acho que numa	capital europeia faria sentido a existência de um centro cultural,
50	que têm sido dados, é que tem que ser uma	capital europeia mas não pode ser única e exclusivamente de
51	sejam eles de Faro, seja do que for... Faro como	capital europeia pode deixar essa marca também, não olhar para
52	que esse é o grande desafio e aquilo que uma	capital europeia pode desencadear em, mais uma vez, aticar,
53	património, que é também um ativo único. Portanto, se a	capital europeia servir para nós refletirmos nisto tudo, para alavancarmos

Quadro 3 - Análise da ocorrência da palavra “Arte”

N.º	Ocorrência da palavra “Arte”	ENT ⁷
1	vez há mais criadores, há mais pensamento sobre arte, sobre a cultura no Algarve e isso não	AC
2	uma visão ativa sobre as coisas. E a arte e a formação artística desenvolvem um pouco esse	MUN
3	de como é pôr a cultura e a arte, e a própria criação, ao lado das pessoas	AC
4	no que respeita às Artes Visuais e à Arte Contemporânea a região do Algarve tem tido uma	AC
5	região para região. A cultura englobando também a arte tem a ver com a identidade, com a	AC
6	de medronho, a consumir cultura, a consumir arte, a assistir um espetáculo de teatro ou de	MUN
7	é a mesma coisa que um festival de arte contemporânea. Comunica-se de outra forma, tem	AC
8	mais um particularizado aqui... A Galeria de Arte do Convento Espírito Santo, a Galeria de Arte	MUN
9	o que é criação artística, o que é arte... Mas cultura é identidade, a cultura é tolerância	AC
10	é algumas galerias, pelo menos isto falando da Arte e da Arquitetura porque é mais ou menos	AC
11	mais gritante parece-me ser o Museu de Arte Contemporânea da região que possa servir todo o	AC
12	acabado. Em Lagos tem-se desenvolvido toda uma arte urbana de decoração e de atração turística.	AC
13	nos próprios espetáculos. É ter a necessidade da arte como do ar que respiramos. Tudo é isto	AC
14	do ambiente nas criações e nos pensadores de arte. A educação, como já disse. O turismo, na	AC
15	por uma experiência direta com as obras de arte – sejam elas uma sessão de leitura de poesia	AC
16	que muita gente ligada à cultura e à arte se for convidada a participar em reuniões com	AC
17	um de nós olha para uma obra de arte de forma livre, aí chegamos a um nível	AC
18	que se pode definir como um trabalho de arte comunitária. Mas para mim, isso de arte comunitária	AC
19	Câmara municipal que tem uma coleção de arte neste momento, nomeadamente este quadro atrás	MUN
20	e caminho é absolutamente inevitável no futuro. A arte tem múltiplos caminhos e o do meu ponto	AC
21	e ao contexto das Artes Visuais e da Arte Contemporânea na atualidade, tem sido pouco	AC
22	da arte e património, seja no campo da arte contemporânea. Na área dos museus, urge ampliar	REDE
23	sobretudo para manifestações contemporâneas de arte, são necessários teatros mais bem equipados tanto	AC
24	as pessoas precisam de consumir cultura, consumir arte. Depois num concelho com muita gente que vive	MUN
25	ter um acesso mais direto ao fazer a arte. Isto não quer dizer que é uma participação	AC
26	importante. Destacaria o Museu Zero também, da arte digital. Não é nosso, é privado, mas eu	AC
27	feito nas exposições, sobretudo muito ligadas à arte contemporânea. O ano passado teve a exposição	MUN
28	nos caracterizam a nível local são: a Feira Arte Doce, onde temos oportunidade de colocar a nossa	MUN
29	o ensino das artes, digamos, a prática da arte entre os estudantes e as crianças e depois	AC
30	e logística, seja no domínio da história da arte e património, seja no campo da arte contemporânea	REDE
31	Medronho, a Máquina de Cena, os Rapazes da Arte Urbana Pictórica, os Satori com artes circenses e	MUN
32	a falar das várias formas de expressão de arte, de pintura, da música, o artesanato, a gastronomia	MUN
33	mas não todos, porque também é necessário existir arte pública. Por exemplo, a maioria dos agentes	ENTR
34	Arte do Convento Espírito Santo, a Galeria de Arte da Praça do Mar em Quarteira, o Palácio	MUN
35	o público em geral dos lugares onde a arte se produz, se cria e se dá a	AC
36	De certeza que precisas de um museu de Arte Contemporânea qualquer no Algarve, isso...	AC
37	maneira superlativa aquele que é o conceito de arte, porque quando este existe as pessoas vão, porque	AC

⁷ ENT refere-se às tipologias das entidades entrevistadas, sendo que AC= agente ou personalidade cultural; MUN= município; REDE= Rede de programação ou de equipamentos culturais; ENTR= entidade regional.

38	medos para um objeto, para uma obra de arte, qualquer que ela seja, seja um espetáculo teatro	AC
39	na cultura, sobretudo de quem é criador de arte. Aquilo que existem são associações que são	ENTR
40	manifestação artística, mas que não precisa de ser arte para que seja um conjunto de demonstrações, de	AC
41	as nossas tradições, as nossas crenças, a arte nas suas várias dimensões e é um dos	MUN
42	peças que assistem às exposições nos espaços de arte que temos, especialmente aqui na Galeria Espírito	MUN
43	os muito os residentes naturais daqui com aquela arte mais tradicional, a renda ou bordado, e depois	MUN
44	não consegue só viver dessa sua forma de arte, e têm de arranjar trabalhos alternativos. Essa e	MUN
45	novos projetos, como é este das caminhadas com arte que vamos começar agora no dia 25 de abril	AC
46	ornem mais conhecedoras de si próprias através da arte, porque é impossível ir a uma oficina de	AC
47	de arte comunitária. Mas para mim, isso de arte comunitária é todo e qualquer tipo de trabalho	AC

Quadro 4 - Análise da ocorrência da palavra “Educação”

N.º	Ocorrência da palavra "Educação"	ENT
1	consigam aceder a conteúdos mais interessantes. A educação é fundamental, a sensibilização, a difusão,	AC
2	rir-se porque eu costumo dizer que cultura, educação e o ambiente são a base da nossa	MUN
3	em esta missão de transmissão de conhecimento, de educação para as artes e de uma enorme responsabilidade	REDE
4	uma inter-relação muito forte entre cultura, educação, economia e cidadania, uma outra coisa que	AC
5	Portuguesa, nomeadamente nos artigos 73.º (Educação, Cultura e Ciência) e 78.º (Fruição cultural).	AC
6	também a um trabalho de sensibilidade para a educação patrimonial, bem como na autenticidade,	REDE
7	Trabalhar com os agentes locais na perspetiva da educação, capacitação / envolvimento comunitário. Fazendo	AC
8	que a cultura tem papel muito importante na educação e na construção enquanto pessoa que vai ter	ENTR
9	permitisse trazer grandes exposições para uma educação através da cultura. A parte artística questiona m	AC
10	formação. Sobretudo as questões do digital, da educação, do património cultural e natural, da mobilidade/	REDE
11	com os cidadãos inscritos nos Polos de Educação ao Longo da Vida que, na sua dimensão,	MUN
12	centralidade para a cultura na escola e na educação, na promoção da coesão social, na fruição do	AC
13	artística em si). – Traduzindo uma aposta na educação/ formação, não deixo de referir também o	AC
14	a estabelecer uma relação forte seria com a Educação, fundamental no desenvolvimento do potencial	AC
15	Nós recebemos em 2010 o Prémio Gulbenkian Educação por via deste projeto, eu próprio já fui	AC
16	regional da cultura, a direção regional da educação e a direção regional do turismo tem que	AC
17	nas criações e nos pensadores de arte. A educação, como já disse. O turismo, na nossa região,	AC
18	tínhamos uma participação da direção regional de educação na ordem dos 7.500,00€ para nós andarmos nas	AC
19	a cultura, como também a ação social, a educação, o desporto e a juventude. Dentro dessa divisão	MUN
20	escolas sem nenhum apoio da direção regional de educação, portanto, a educação não se pode abstrair, não	AC
21	é uma das principais entidades que patrocina a educação das artes em Portugal e todos nós sabemos	REDE
22	vida cultural. Há um caminho a fazer na educação e no envolvimento comunitário. Viemos de longe,	AC
23	para a cultura do Algarve. Desde logo da educação, porque se eu disser que nós fomos às	AC
24	poderem desempenhar um papel em áreas como a educação, o diálogo intercultural, a diplomacia, a coesão	AC
25	às vezes dizem que a Inglaterra e a educação é a mesma coisa há 200 anos... pois é	AC
26	a vários níveis. Por exemplo, a nível da educação estamos com muitas dificuldades em captar docente	MUN
27	pistas. Esta coisa da relação entre cultura e educação deveria ser muito clara, há tentativas nesse	AC

28	governos, a toda a hora. Isto acontece na	educação, na economia, nas autarquias em todo o ano,	AC
29	quer ao nível do modelo da formação na	educação. Ainda está no modelo tradicional, de uma pessoa	AC
30	trabalhar na intersecção da Cultura, Ambiente e	Educação (entendida aqui, não apenas num sentido unívoco,	AC
31	ao nível do modelo, quer ao nível da	educação, quer ao nível do modelo da formação na	AC
32	papel importante na formação da população e na	educação. Sabemos que o setor cultural é frágil na	REDE
33	de trabalho mais dignas... Eu acho que a	educação é fundamental. Obviamente que se tivermos pessoas	AC
34	de interação de diferentes áreas como a social,	educação, património e outras no desenvolvimento de	MUN
35	de cultura e não juntá-la com a	educação ou com outros pelouros. Considerámos que	MUN
36	participativas, também não estão nem na	educação, nem nos outros setores. Uma vez, tivemos cá	AC
37	formação na região. E os diferentes níveis de	educação e sensibilidade para a cultura requerem ações	REDE
38	poio da direção regional de educação, portanto, a	educação não se pode abstrair, não se pode distanciar	AC
39	pensados para desenvolver novos públicos na	educação e acho que abarca assim grande parte desses	AC
40	sentimos, eu que também tenho o plano da	educação, nós o que fizemos foi dentro da oferta	MUN
41	cultura, como uma área social, como área de	educação, como é que se atravessam os pontos em	AC
42	Câmara Municipal eu fiquei com os pelouros da	educação, associações culturais, recursos humanos, e a	MUN
43	económica, mas também insere nela, além da	educação e ação social, uma área dedicada à cultura.	MUN
44	isso, e ainda promovem a cultura e a	educação, visto que têm campos de férias. A música,	AC
45	a cultura do desenvolvimento civilizacional, da	educação, até de um certo nivelamento social. Nivelamento	MUN
46	Cultural não são coincidentes. A Cultura e a	Educação deverão promover uma compreensão do Outro	AC
47	o já falámos, do turismo, da sustentabilidade, da	educação, desses mais variados domínios, e tem que ser	AC
48	há um elemento fundamental que é o da	educação. A cultura é um elemento poderoso para a	ENTR
49	da consciência dos decisores. Já falamos da	educação, portanto, obviamente é um domínio fundamental.	AC

Quadro 5 - Análise da ocorrência da palavra “Identidade”

N.º	Ocorrência da palavra "identidade"	ENT	
1	que todos nós devíamos fazer. A cultura e	identidade da nossa região é fundamental para, acima	Rede
2	questão inicial que me colocou. A cultura é	identidade e nós temos que fomentar essa identidade e	MUN
3	tudo aquilo que tem vindo a ser a	identidade de um povo. A cultura são essas	AC
4	decorre. Identificamos alguns temas como	manifestações	Rede
5	ao que é nosso. E assim a nossa	identidade e memória, artes e cultura, sustentabilidade	AC
6	para a cultura. Há uma coisa que é	identidade depois perde. E a cultura eu acho que	AC
7	projetos que tivessem a ver com a nossa	identidade, a pessoa vai lá, os pais já iam,	MUN
8	procura um território genuíno, com marcas de	identidade, muito baseados na recuperação de edifícios	MUN
9	necessário. Pensamos que é um conceito de	identidade vincadas, e não adulterado pela massificação,	Rede
10	uma	identidade cultural europeia e deve ter por objeto a	Rede
11	Uma maior consciência pública de	identidade cultural, uma sociedade informada, criativa	MUN
12	é esse caminho de construção, de criar	identidade regional. De facto, Faro deveria adotar esta	MUN
13	uma certa ligação, um não corte a esta	identidade da cidade, e, por outro lado, introduzindo-se	AC
14	A segunda: Cultura enquanto memória,	identidade e ação. Neste ponto, retomo as propostas	AC
15	essa estratégia. A questão da cultura, da nossa	identidade, que já foi mais forte. Cada vez o	AC

15	a sustentabilidade, a cultura endógena, a	identidade da região. É necessário criar aqui uma memória,	AC
16	é um dos principais pilares da construção de	identidade, e com tudo o que depois vem daí.	AC
17	torno da identidade daquelas comunidades.	Uma identidade que enriquece todo o Algarve.	ENTR
18	esse processo fez a exploração de ideias com	identidade, acrescentar criatividade e produzir inovação.	ENTR
19	cultura é falar de herança, de património, de	identidade e, dependendo da área de abordagem das	Rede
20	alguma forma há essa procura e há essa	identidade por parte da população, de participar.	AC
21	aquelas economias locais e gira em torno da	identidade daquelas comunidades. Uma identidade que	ENTR
22	hábitos da religião... Tudo isso faz parte da	identidade cultural e, portanto, a cultura é também uma	MUN
23	coisas novas, só que não faz parte da	identidade delas. São coisas como o Loulé Criativo e	AC
24	nós não fazemos nenhuma figura triste enquanto	identidade e dou um exemplo concreto. Há pouco	MUN
25	pelo turismo, e, portanto, havia ali uma	identidade muito forte. Mas isso não obsta a que	MUN
26	ser potenciada, porque tem uma história e uma	identidade muito própria. Todas as outras abarcam uma série	Rede
27	Todas essas temáticas estão ligadas à nossa	identidade cultural. Trabalhamos muito diretamente com Loulé	MUN
28	de melhor, no seu sentido mais metafísico de	identidade humana. O panorama desde que nós começamos a	AC
29	forma mais livre ou até mais focada na	identidade Algarvia. Pronto, isto é, havendo essa	AC
30	A cultura está mais ligada à	identidade de um povo, a uma série de tradições,	AC
31	tem como missão promover e manter a nossa	identidade, promover os nossos costumes, as nossas tradições	MUN
32	fazer, um legado, e isso marca muito enquanto	identidade de cada localidade. Em Olhão o projeto cultural	MUN
33	artística, o que é arte... Mas cultura é	identidade, a cultura é tolerância, a cultura é civilização	AC
34	forma quase no país. Mudou muito não a	identidade, não a cultura intrínseca daquela região, mas a	AC
35	Hall, é o elemento principal na constituição da	identidade de um sujeito, é através da cultura que	MUN
36	peçoas deviam visitar-nos pela nossa diferença	e identidade. Faro como a Capital Europeia da Cultura é	Rede
37	dos jovens de Loulé, que nós temos uma	identidade, temos uma herança cultural que nos distingue de	MUN
38	acredito. É, por um lado, o reforço da	identidade local, por outro lado a valorização do ser	MUN
39	artes trabalham muito isto. É o trabalho da	identidade, nós trabalhamos em coisas que nós nos... no	AC
40	que também faz um bocadinho parte da nossa	identidade enquanto pessoas, enquanto terras e concelhos.	MUN
41	é uma memória que fica parte de uma	identidade de vida e de uma cidade. As cidades	AC
42	uma armação de atum. É pegar na nossa	identidade, criar projetos económicos que se desenvolvam	MUN
43	fraqueza se nós viermos a perder a nossa	identidade. Portanto, temos que ser inteligentes na	MUN
44	importante, porque dali possibilita fortalecer a	identidade do Algarve, dos artistas do Algarve, fazerem	AC
45	património e essa riqueza, eles próprios são	uma identidade nossa, são representantes nossos.	ENTR
46	é extremamente importante percebemos qual é a nossa	identidade natural e cultural. Depois através das indústrias	Rede
47	uma mais-valia, sempre e quando respeitar a	identidade de cada interveniente. Creio que a análise SWOT	MUN
48	de ter sempre em conta. Quando falamos de	identidade normalmente está associada a uma determinada	Rede
49	é identidade e nós temos que fomentar essa	identidade e, portanto, existe essa preocupação de trazer	MUN
50	sem qualquer tipo de sentimentalismo ou de	identidade com a região e é óbvio que é	AC
51	portanto consegue partilhar esse seu, essa sua	identidade e os projetos que faz com quem visita	MUN
52	as suas características. Nós temos todos um	identidade própria, muito importante, e que se	MUN

53	aproveitar, como eu já disse, toda esta nossa	identidade, como forma de também fazermos uma	MUN
54	acho que a cultura tem um papel de	identidade e de capacitação das pessoas, ou seja	AC
55	que se cruza, mas cada um tem uma	identidade. E que podemos ter sempre 16 marcas que	MUN
56	mas ao mesmo tempo vai agregando. A	identidade é um outro item extremamente importante	Rede
57	também a arte tem a ver com a	identidade, com a pertença, com a unidade, com a	AC
58	identificar, têm que ter a ver com a	identidade de cada território. Das outras iniciativas que	MUN
59	ser algo que nos leva à perda de	identidade. A pandemia é uma grande ameaça também,	MUN
60	valias que nós achamos, que é a nossa	identidade e a nossa história bastante vasta. Temos 500	MUN
61	as pessoas dizerem que aquela é a nossa	identidade, e dizem que nos faltava aqui um evento	MUN
62	deixar às gerações aquilo que é a nossa	identidade cultural, ou daquilo que é nossa visão sobre	REDE
63	a Cultura de uma sociedade é a sua	identidade, aquilo que a define e identifica. A Cultura	MUN

Quadro 6 - Análise da ocorrência da palavra “Sustentabilidade”

N.º	Ocorrência da palavra "sustentabilidade"	ENT	
1	todo esse trabalho a nível cultural, ambiental, de	sustentabilidade. A cidade é um todo, o concelho é	MUN
2	deveriam abordar temas como o meio ambiente, a	sustentabilidade, a cultura endógena, a identidade da região.	AC
3	o Algarve pode ser um o exemplo de	sustentabilidade a vários domínios. Forças, identifico o papel	MUN
4	para onde é que ela vai. Relativamente à	sustentabilidade, acho que tento ser um cidadão cumpridor	AC
5	, sim, a cultura tem que estar associada à	sustentabilidade. Aliás, é a cultura que também traz algum	MUN
6	empresas. Agora em termos mais técnicos de	sustentabilidade ambiental e financeira, isso é mais complexo,	AC
7	óbvio, aos materiais, mas uma abordagem sobre a	sustentabilidade ambiental ou o que quer que seja ainda	AC
8	Tudo isto contribui também para essa questão da	sustentabilidade ambiental, portanto, eu acho que aqui nós,	MUN
9	Ela está relacionada com vários setores, com a	sustentabilidade, com a qualidade de vida, com o bem-	MUN
10	Mas aqui é fundamental na nossa programação. A	sustentabilidade, com certeza. O turismo faz parte, o turismo	AC
11	o que já existe. Criar um projeto de	sustentabilidade cultural para a região não é fácil de	MUN
12	desses domínios como já falámos, do turismo, da	sustentabilidade, da educação, desses mais variados domínios,	AC
13	trabalhos reverte para a estrutura e para a	sustentabilidade da mesma. As coproduções nacionais e os	AC
14	hoteleiras... Tudo isso acaba por ter impacto na	sustentabilidade da população e dos agentes económicos locais.	MUN
15	portanto, necessariamente está associada à própria	sustentabilidade da região. Aliás, esta pandemia é excelente	MUN
16	rio organismo, do próprio urbanismo, ambiente, da	sustentabilidade das políticas... Penso que são importantes	REDE
17	características muito específicas e que promove a	sustentabilidade das regiões. Outra oportunidade está na	MUN
18	essas vertentes da sustentabilidade. Portanto, a	sustentabilidade de várias maneiras, quer seja ambiental,	MUN
19	, o que tem permitido de facto aqui alguma	sustentabilidade. Depois há uma coisa que deve ser dita,	MUN

20	coisa que deve ser dita, quer dizer a	sustentabilidade destas coisas pode não ter um efeito direto	MUN
21	que existem e que são dissociáveis. Com a	sustentabilidade devo dizer que efetivamente tem sido muito	MUN
22	cultura ambiental e a uma nova cultura de	sustentabilidade do mundo, que é o Geopark, uma candidatura	MUN
23	temas como identidade e memória, artes e cultura,	sustentabilidade do turismo, mobilidade urbana e regional,	REDE
24	nós não conhecemos tudo que é isto da	sustentabilidade e da redução de um número de fatores	AC
25	casa com ele muito bem, como com a	sustentabilidade, e portanto, nós se promovermos tudo aquilo	MUN
26	ter raízes sólidas para que depois se tenha	sustentabilidade e vá melhorando tudo aquilo que envolve. É	REDE
27	qualquer local. Não temos turismo e a nossa	sustentabilidade está a ser colocada em causa, portanto, está	MUN
28	nos visita, sem dúvida. Obviamente a questão da	sustentabilidade está cada vez mais nos dias de hoje,	MUN
29	devemos ter isso presente. No que respeita à	sustentabilidade, eu acho que temos que tomar um cuidado	MUN
30	tivemos experiência do 365 Algarve, mas nada tem	sustentabilidade. Faz-se um apoio, mas depois se não	MUN
31	emprego de forma externa, e aí está a	sustentabilidade financeira. As nossas fontes de financiamento	AC
32	nessa área. Um plano estratégico em termos de	sustentabilidade financeira, de onde é que nós nos devemos	MUN
33	... Ele é importante, obviamente, para essa	sustentabilidade financeira. Por outro lado, eu penso que	MUN
34	estruturas como a nossa estão no pleno da	sustentabilidade financeira. É preciso financiamento público	AC
35	sempre uma relação com o turismo e	sustentabilidade nas mais diversas vertentes, mas a cultura	MUN
36	estratégico do turismo à questão da dieta, a	sustentabilidade não pode sair daqui, porque mesmo a própria	MUN
37	pensar nas necessidades culturais dessas pessoas.	Sustentabilidade não sei. Do turismo não me parece. Eu	MUN
38	podemos dissociar simultaneamente o Turismo e a	sustentabilidade. O Turismo, não programamos claramente para turistas	MUN
39	uma relação entre o turismo e a cultura.	Sustentabilidade obviamente que sim, quando desenvolvemos um festival	MUN
40	tudo tem que ser visto em termos de	sustentabilidade. Ora quando nos deparamos com uma situação	MUN
41	de preocupação ao nível do ambiente e de	sustentabilidade. Por exemplo, o único e um dos pequenos	MUN
42	, para que essas atividades tenham algum grau de	sustentabilidade, porque a cultura não pode ser só festas,	MUN
43	terão que apresentar eles próprios projetos de	sustentabilidade, porque isso é o futuro, e para serem	MUN
44	a cultura. Está associada aos dois, claro. A	sustentabilidade porque nós, como já referi, temos uma programação	AC
45	cada vez mais uma contracultura, se falarmos em	sustentabilidade, porque o mundo ainda não é hoje sustentável	MUN
46	projetos privados que tragam essas vertentes da	sustentabilidade. Portanto, a sustentabilidade de várias maneiras,	MUN
47	questão da cultura, a questão do ambiente, da	sustentabilidade... Portanto todos cabem, aqui neste chapéu	MUN
48	a ver com um conjunto de fatores de	sustentabilidade quer financeira, que é importante na questão	MUN
49	ou determinado local. No que diz respeito à	sustentabilidade, sim, a cultura tem que estar associada à	MUN
50	e ligada ao tema, naturalmente relacionado com a	sustentabilidade, tem a ver com água no Algarve, que	MUN

51	principalmente nas zonas de litoral, no entanto, a	sustentabilidade é, e será sempre, uma premissa para nós,	MUN
----	--	---	-----

Quadro 7 - Análise da ocorrência da palavra “Passado”

N.º	Ocorrência da palavra "Passado"	ENT	
1	apresentado como o futuro e não como o	passado.	AC
2	isso tem-se manifestado de forma clara no	passado.	MUN
3	ainda tem algo para nos contar do nosso	passado. A cultura, claro que também não podemos	MUN
4	da migração, dos fluxos migratórios, nosso	passado colonial versus o pós-colonialismo, ou seja,	AC
5	ter alguma atividade. Isto é fundamental, tem-se	passado com a nossa banda, tem-se passado com	MUN
6	a ser um incentivo para a lembrança do	passado, com algumas formações de uma semana,	MUN
7	-se passado com a nossa banda, tem-se	passado com estas associações, com alguns programas	MUN
8	éramos para ter feito em junho do ano	passado com os trabalhadores das Águas do Algarve.	AC
9	na vida cultural, comparativamente com o	passado de há alguns anos/décadas, havendo ainda	REDE
10	um conjunto de demonstrações, de legados do	passado e de uma comunidade, mas ao mesmo tempo	AC
11	que começou somente em 2020/2021, o ano	passado e este ano, temos este financiamento que	AC
12	dedicamos a um pintor que faleceu no ano	passado e que tinha uma grande expressão no nosso	MUN
13	ano havia ali uma coisa diferente do ano	passado, ele vai fidelizar mais depressa. Nós temos	MUN
14	exibição desse passado ou do resultado desse	passado em confronto com o presente e a lançar	AC
15	o museu zero e com todo o nosso	passado em termos de cultura que nós temos vindo	MUN
16	muito para nós, aquilo que foi no nosso	passado em termos também de musicais e tradições,	MUN
17	encruzilhada provavelmente como nunca no	passado esteve, em que caminhos alternativos são	MUN
18	gosto muito de falar... Ligo muito cultura ao	passado. Eu vejo a cultura principalmente, e agora	MUN
19	de Sagres, provavelmente não consigo ir. O ano	passado fui passar um fim de semana a Madrid,	ENTR
20	Jazz, nós já há alguns anos, no ano	passado não fizemos por causa da pandemia, mas temos	MUN
21	abriu portas a uma série de iniciativas no	passado, onde de facto, num protocolo entre a Câmara	MUN
22	ao mesmo tempo pode ser uma exibição desse	passado ou do resultado desse passado em confronto	AC
23	públicos diferentes daqueles que atingia no	passado, ou seja, a conseguir, perto de mais públicos,	MUN
24	de Loulé e dos vários autarcas que têm	passado por aqui e têm tido um cuidado muito	MUN
25	seres humanos, num constante movimento entre	passado, presente e futuro. É um projeto com potencial,	REDE
26	possibilitando a construção de pontes entre	passado, presente e futuro. Conceito fundamental na	REDE
27	a região. Depois recordo alguns programas do	passado que foram feitos, em termos regionais, onde os	MUN
28	...Como é que vão olhar para o nosso	passado, será que vão valorizar aquilo que os nossos	MUN
29	muito ligadas à arte contemporânea. O ano	passado teve a exposição dos 500 anos.	MUN

Quadro 8 - Análise da ocorrência da palavra “Futuro”

N.º	Resultados para ocorrência da palavra “Futuro”	ENT	
1	este tipo de caminho é absolutamente inevitável no	futuro . A arte tem múltiplos caminhos e o do futuro com esperança . Basta pensar em 2 ou 3 exemplos	AC
2	sinais aqui que nos permitem olhar para o	futuro com esperança de que somos capazes de fazer	MUN
3	e tenho ideia que o futuro é um	futuro , com outra massa crítica e outros profissionais	AC
4	amanhã, o que nós queremos são pessoas com	futuro . Conceito fundamental na perspetiva de	Rede
5	a construção de pontes entre passado, presente e	futuro das novas gerações e valorizamos o presente,	MUN
6	nós valorizamos o que chegou, potenciamos para o	futuro de uma cidade e definir um plano estratégico	Rede
7	por objeto a criação de um projeto de	futuro dela, mas já tem neste momento um polo	MUN
8	estar com aquilo que nós pretendemos para o	futuro do Cineteatro obviamente faz-nos falta, até futuro do território e suas populações . A grande atividade	AC
9	ser um bocadinho criativos nessas questões... O	futuro do turismo . Outra questão que eu acho que	MUN
10	natureza, no pensamento sobre o presente e o	futuro e a tentar começar a colocar estas coisas	AC
11	como nós queremos desenhar o plano estratégico	futuro . E depois é a sazonalidade da região, acho futuro e desenvolvimento cultural da região . Está muito	MUN
12	futuro , mas podíamos tentar começar a construir o	futuro e deste projeto . E que está sempre também	MUN
13	aqui, dificilmente vamos ter boas gerações no	futuro e já não são poucos . Nós apoiamos muitas	MUN
14	ser um bom documento de trabalho para o	futuro e no que é que se faz, porque	AC
15	importantes também neste modelo que queremos de	futuro e não como o passado .	AC
16	vasto património . Deixaria esses assim para o	futuro e não ser situado apenas naquele ano que	REDE
17	mas se calhar é melhor pensarmos melhor no	futuro , e para serem economicamente viáveis também	MUN
18	O Património deve ser apresentado como o	futuro e projetar para frente . Havia uns concertos promenade	AC
19	européia. Isso deve servir como alavanca para o	futuro esse plano estratégico cultural . Porque ele visa	MUN
20	projetos de sustentabilidade , porque isso é o	futuro . Eu sou autarca há 22 anos e tive sempre futuro , exemplos para serem continuados e que não fica	AC
21	astronómica do Algarve associando à perspetiva do desenvolver trabalho conjunto para construirmos no	futuro Faro tivesse um maior investimento na cultura	AC
22	seguramente falamos de cultura e perspetivar o	futuro . Gostamos de trabalhar em equipa e sinergia , isso	MUN
23	a poderem ser tomadas como exemplos para o	futuro , mas podíamos tentar começar a construir o futuro	AC
24	à internet procurar coisas . Eu gostaria que no	futuro , mas também que ao mesmo tempo e já	MUN
25	do território, dos seus desafios e do seu	futuro , na adaptação, na melhoria e adaptação dos atuais	MUN
26	pensar no futuro ... É muito fixe pensar no	futuro na cultura. Tenho que dizer, que segundo a	AC
27	naquilo que é a nossa política para o	futuro , não só na realidade dos museus , são monumentos,	ENR
28	também, numa lógica mais de plano de investimentos	futuro , o tal exercício de criatividade que é muito	ENR
29	investimento na criação artística nós não temos	futuro porque há pessoas que vêm para ver um	AC
30	estudo do grupo de projeto de museus no	futuro próximo . Assim esperamos que quando for para	MUN
31	como aprendizagem e é também um exercício de	futuro próximo , mas que atualmente já é a sede	MUN
32	que cá venham. Porque isto tem projeção no		
33	responsabilidade que teremos obviamente também num		
34	para aquilo que possa vir a ser num		
35			

36	vou voltar a reforçar, só temos um bom	futuro se não esquecermos a cultura. Se não formos	MUN
37	a perder e, acima de tudo, perspetivar o	futuro sem nunca esquecer estas nossas raízes nas suas	MUN
38	com o presente e a lançar para o	futuro. São coisas muito vagas quando são faladas em	AC
39	não há cinema independente, não há livrarias. O	futuro tem que passar por políticas culturais. É o	AC
40	Por vezes dizer que estamos a pensar no	Futuro. É muito fixe pensar no futuro, mas podíamos	AC
41	num constante movimento entre passado, presente e	Futuro. É um projeto com potencial, na medida em	Rede
42	em termos culturais e tenho ideia que o	futuro é um futuro com esperança de que somos	MUN

Quadro 9 - Análise da ocorrência da palavra "Rede"

N.º	Ocorrência da palavra "Rede"		ENT
1	agora por exemplo a programação cultural em	rede que a AMAL está a promover. Portanto são	MUN
2	em sido bastante interessante esta programação em	rede que a AMAL agora está a fazer, com	MUN
3	cada espetáculo, reflete-se no trabalho em	rede e a Corpo de hoje tem muito esta característica	AC
4	neste contexto social. No caso das bibliotecas, a	rede está a desenvolver um projeto que passa pela	REDE
5	desde logo é fundamental podermos trabalhar em	rede, e a partilha de recursos é fundamental, as	MUN
6	e no fundo essa ligação, esse trabalho em	rede que, a pouco e pouco, começa a ser	AC
7	Basta pensar em 2 ou 3 exemplos, por exemplo a	Rede Azul, a rede intermunicipal de teatros,	AC
8	que desenvolvem connosco algum trabalho: a	rede azul, a rede de arquivos do Algarve, a	MUN
9	redes com dinâmicas de trabalho artístico, como a	Rede Azul, a Rede de Arquivos, a Rede de	REDE
10	sei é que as Direções Regionais trabalham em	rede, quando a tutela pergunta, nós juntamo-nos e	ENTR
11	de museus, os arquivos, a própria programação em	rede que agora que estamos a tentar construir... Eu	MUN
12	dos territórios rurais através de estratégias de	rede que aliem o património à criatividade é	AC
13	acontece hoje com o projeto de cultura em	rede de apoio aos artistas locais, ou como tem	MUN
14	facto aqui uma partilha de projetos, de ideias,	rede de apoios... Por exemplo, ver o espetáculo, vou	MUN
15	toda. Mas eu valorizo muito o trabalho em	rede, porque aprendo muito com as pessoas e sinto	MUN
16	e, aliados a outras circunstâncias. Mas a	rede viária aqui não se põe... Mas há aqui	MUN
17	várias redes regionais no sector cultural, como a	rede de Arquivos, a rede de Bibliotecas, a rede	MUN
18	de trabalho artístico, como a Rede Azul, a	Rede de Arquivos, a Rede de Museus e já	REDE
19	connosco algum trabalho: a rede azul, a	rede de arquivos do Algarve, a rede de museus	MUN
20	nós fazemos parte dessa rede. Trabalhamos em	rede com as bibliotecas também, portanto	MUN
21	manteve aquela rede ativa e ainda hoje a	rede está ativa. Eu acho que é isso que	MUN
22	sector cultural, como a rede de Arquivos, a	rede de Bibliotecas, a rede de Museus, a rede	MUN
23	Algarve, a rede de museus do Algarve, a	rede de bibliotecas do Algarve e todas essas redes	MUN
24	e a existência, por exemplo, de trabalho em	rede nas bibliotecas e nos museus, isso é um	AC
25	mas também a rede de museus e a	rede de bibliotecas, sendo que 2 delas também tem	RED
26	que o município faz, que são candidaturas em	rede. O caso da AMAL, o caso do Algarve	MUN
27	uns com os outros. Eu, quando fizemos esta	rede que se chamava Movimenta-te, um dos meus	AC
28	porque acaba por haver também depois aqui uma	rede de contactos e de ajudas, e de colaboração	MUN
29	acho que haver, no fundo, esse trabalho em	rede vai criar também uma noção ou uma imagem	AC

30	redes, partilha de informação, programação em	rede, envolvimento, criação de projetos comuns...	AC
31	estas terras mais pequenas e esta criação de	rede, desta criação de envolvimento... Eu acho que é	MUN
32	fazer parte. Agora acho que deve haver uma	rede regional cultural, para poder fomentar não só os	MUN
33	um desenvolvimento em termos culturais através da	Rede Azul, da própria AMAL, no sentido em que	AC
34	todo numa lógica de coesão territorial. E a	Rede Azul, de alguma maneira, no caso das artes	REDE
35	e país têm: uma biblioteca municipal integrada na	Rede nacional de bibliotecas, o museu municipal com	MUN
36	área. Cada vez precisamos mais do trabalho em	rede e de conhecer novas experiências, porque até a	REDE
37	que é encontrar uma relação intermunicipal em	rede intersectorial, de modo a diminuir essa carga	AC
38	Museu Municipal de Loulé, que faz parte da	rede nacional de museus, o Pólo Museológico da	MUN
39	Excetuando algumas tentativas de trabalho em	rede ou de programas dotados de uma visão mais	REDE
40	2 ou 3 exemplos, por exemplo a Rede Azul, a	rede intermunicipal de teatros, sobretudo, mas	AC
41	pela parte dos artistas, que é trabalhar em	rede, trabalhar de uma forma multidisciplinar, ou seja	AC
42	dizer, são projetos submetidos, candidaturas em	rede. Muitos deles são submetidos para ir à CCDD	MUN
43	eventos, um deles é exatamente a Cultura em	Rede, para despertarmos nos artistas, nos artesãos	MUN
44	do projeto, porque realmente manteve aquela	rede ativa e ainda hoje a rede está ativa.	AC
45	com 5 cidades do Algarve Central que criaram uma	rede cultural e depois viemos para aqui para este	AC
46	sim, aí acho que tem que haver uma	rede regional e elas estão a funcionar, é este	MUN
47	Regional de Cultura. Só criando sinergias e uma	rede forte e que nós conseguimos, sem dúvida,	MUN
48	da vocação de cada um dos parceiros da	rede, seja ele um testemunho mais físico e material,	REDE
49	Algarve, aquilo que falta ainda é trabalharmos em	rede, trabalharmos em parceria. Ainda há pouco	MUN
50	a Rede Azul, portanto, nós fazemos parte dessa	rede. Trabalhamos em rede com as bibliotecas	MUN
51	não ser propriedade do município, faz parte da	rede de entidades que colabora anualmente na	MUN
52	Destacáramos as potencialidades do trabalho em	rede das entidades regionais ligadas à cultura	REDE
53	escala do concelho, promovendo o funcionamento	rede dos equipamentos e da programação e	MUN
54	e que devemos potenciar. Fraquezas: Não temos	rede de equipamentos estruturada na região e isso	REDE
55	r várias iniciativas conjuntas na região, por uma	rede de equipamentos interessante que tem vindo a	MUN
56	ou dos cineteatros, seria muito interessante uma	rede das escolas de música, por exemplo, porque não	AC
57	bares não conseguem fazer se não estiverem em	rede... Olha esta candidatura é uma oportunidade!	AC
58	que é a programação. Estamos inseridos também	Rede Azul, estamos agora através da AMAL a	MUN
59	a questão da pandemia, o programa cultural em	rede que está a funcionar e já tem indo	MUN
60	que cada vez que se trabalhe mais em	rede e eu acho que nós não podemos ir	MUN
61	caminho de partilha e de trabalho também em	rede que eu acho que é importante e portanto	MUN
62	tores culturais seria interessante ver essa mesma	rede, por exemplo, no hábito dos auditórios ou dos	AC
63	pode ser muito interessante. Nós sempre nesta	rede, quando fazemos um espetáculo da coreógrafa	AC
64	Nacional já acontece agora com Portimão, com esta	rede, mas foi o Teatro Nacional que criou esta	AC
65	aqui uma programação mais interessante em	rede. As forças (...) foi aquilo que eu referi. O	MUN
66	vai ter mais efeito, portanto, o trabalho em	rede é fundamental nas várias áreas. É uma vergonha,	AC
67	é que vamos fazer?”. E esse trabalho em	rede é fundamental, porque todos juntos	REDE
68	Podem manter-se, mas temos que trabalhar em	rede. Não há outra forma, a meu ver. Eu	MUN

69	que a constituição das redes e trabalharmos em	rede é importante nesse sentido, para que possamos	REDE
70	região, com empresas... E pensamos que com a	rede tudo isto é possível potenciar e ganhar uma	REDE
71	o nível de estruturas, seria interessante ter uma	rede de “Lojas do Criativo” às quais os agentes	AC
72	Outra força são as redes, não só a	Rede Azul, mas também a rede de museus e	REDE
73	mas numa lógica de em conjunto e em	rede podermos melhorar a oferta e política cultural do	MUN
74	área dos museus, o Algarve e a sua	Rede de Museu do Algarve (RMA), funciona como bom	REDE
75	rede de Arquivos, a rede de Bibliotecas, a	rede de Museus, a rede Azul, onde trabalhamos em	MUN
76	um livro comum aos museus que aderiram à	Rede de Museus do Algarve, temos que setorizar e	ENTR
77	arte das redes como parceiros, somos parceiros da	rede de museus do Algarve. Temos criado documentos,	ENTR
78	trabalharmos e cimentar todo o trabalho feito. A	rede de museus do Algarve passa ao lado de	MUN
79	azul, a rede de arquivos do Algarve, a	rede de museus do Algarve, a rede de bibliotecas	MUN
80	que nós apoiamos e acolhemos, nomeadamente a	rede de museus do Algarve. Todos os agentes culturais	MUN
81	temos muito palco para a trabalhar. Estamos na	rede de museus e na rede azul, que acho	MUN
82	não só a Rede Azul, mas também a	rede de museus e a rede de bibliotecas, sendo	REDE
83	a Rede Azul, a Rede de Arquivos, a	Rede de Museus e já existiram redes como o	REDE
84	o Espaço Guadiana. Depois temos também a	rede de museus, em que cada museu fala das	MUN
85	Obviamente se pensarmos no que é a nossa	rede de museus, o nosso museu que é o	MUN
86	no sentido positivo na cultura, esta questão da	rede de museus, os arquivos, a própria programação	MUN
87	por aí fora... Com certeza, nós trabalhamos em	rede com museus, trabalhamos em rede com os espaços	MUN
88	redes culturais. O percurso do trabalho em	rede, sobretudo na área dos museus, beneficiará	REDE
89	de Castro Marim... Hoje já se trabalha em	rede, mas nessa altura não havia isso. Em que	MUN
90	de música, por exemplo, porque não trabalhar em	rede como nós sabemos que que é a forma	AC
91	rede de Bibliotecas, a rede de Museus, a	rede Azul, onde trabalhamos em sinergia e colaboração	MUN
92	só funcionará se os municípios funcionarem em	rede, e os artistas, e por outro lado se	AC
93	trabalhamos em rede com museus, trabalhamos em	rede com os espaços culturais. Existe até a Rede	MUN
94	a Cultura desenvolveu uma candidatura “Cultura em	Rede” e os 16 municípios do Algarve juntaram-se	MUN
95	, mas foi o Teatro Nacional que criou esta	rede. Ou outro espetáculo que vai ao Porto...	AC
96	em ter esses palcos mais pequenos, e essa	rede de palcos mais pequenos normalmente era colmatada	AC
97	dadores que compõem a estrutura, mas também nesta	rede de parceria com colaboradores. Eu acho que é	AC
98	interesse para todos. Quando foi a questão da	Rede Azul, participei em algumas reuniões e sei que,	MUN
99	meu ver uma mais inteligente distribuição e uma	rede mais pequena, ou seja, de continuidade e de	AC
100	impedidos, portanto, o facto de integrarmos esta	rede transfronteiriça pode nos levar realmente a capta	MUN
101	rede com os espaços culturais. Existe até a	Rede Azul, portanto, nós fazemos parte dessa rede.	MUN
102	essa lógica de parceria e do trabalho em	rede. O projeto cultural da região tem aqui um	MUN
103	do Algarve. Eu acho que o trabalho em	rede e provavelmente também o financiamento, ainda há	MUN
104	trabalhar. Estamos na rede de museus e na	rede azul, que acho que são 2 projetos muito interessantes	MUN
105	tem sempre essa mais valia de funcionar em	rede, o que acontece em Guimarães, acontece em Braga,	AC
106	vistas para que percebam as dificuldades que cada	rede e que cada serviço, individualmente, tem.	REDE

107	estão a funcionar, é este projeto agora da	rede cultural, que eu acho super interessante porque	MUN
108	estrutura. Os bons exemplos, além disso existe a	Rede Azul que logicamente é muito inteligente e	AC
109	a mim como pessoa. Promover o trabalho em	rede, julgo que quando não se tem muito dinheiro,	AC
110	de toda a região, de trabalharem em	rede. Claro que sim. Claro que é vantajoso que	AC
111	não são devidamente apoiadas. Outra força é a	rede regional que temos já hoje e espaços onde	MUN
112	como aconteceu nesta programação cultural em	rede, em que temos de fazer para monitorização, porque	MUN
113	como um ponto de reflexão (e contraponto) à	Rede Azul – Rede de Teatros do Algarve” – a Cultura	AC
114	nível regional, o Município de Portimão integra a	Rede Azul – Rede de Teatros do Algarve que tem	MUN
115	entre concelhos. Com esta programação em	rede na região, é promovida a valorização do território	MUN
116	é definida de um modo geral como uma	rede de relações entre sinais, símbolos, pessoas que c	AC
117	e produção cultural na região; Através desta	rede são rentabilizadas as infraestruturas existentes	MUN
118	até ter infraestruturas diferentes e ter uma	rede de resposta mais inteligente. E agora isso só	AC
119	também um âmbito nacional, fazemos parte de uma	rede que se chama “Periferia Central”, por exemplo e	AC
120	tem vindo a acontecer com as iniciativas da	Rede Azul. Sem ter dados suficientes poderia dizer que	MUN
121	e no seu património cultural. O trabalho em	rede é sempre uma mais-valia, sempre e quando	MUN
122	foi o primeiro sinal que é possível, a “	Rede Azul” também. A capital europeia da cultura pode	MUN
123	pura exibição das temáticas ou dos conteúdos, a	rede é também essencial para o território enquanto	REDE
124	Louletano também. O 365 Algarve e, na altura a	Rede Azul, também fez com que tivéssemos uma grande	AC
125	pouco tempo fizemos, no âmbito da cultura em	rede, esses também são nossos parceiros.	MUN
126	ponto de reflexão (e contraponto) à “Rede AZul –	Rede de Teatros do Algarve” – a Cultura acontece em	AC
127	o Município de Portimão integra a Rede Azul –	Rede de Teatros do Algarve que tem como objetivo	MUN
128	aderir com maior número de equipamentos à	rede de teatros e cineteatros. Eu acho que seria	REDE
129	passará por estas parcerias, este trabalho em	rede que tem sido desenvolvido e a que eu	MUN
130	portanto, acho que ainda faltam equipamentos. A	rede de transportes, por exemplo... Um concerto que	MUN
131	comunicações e de transportes. Acho que temos uma	rede de transportes terceiro-mundista, que não serve	MUN
132	ir para um festival. Tem que haver uma	rede de transportes. É essencial para que possamos	MUN
133	AMAL a desenvolver aquele programa da cultura em	rede. E tudo aquilo que nós conseguimos enquadrar.	MUN
134	dos próprios técnicos, dos próprios artistas, uma	rede mais técnica, também eu acho que ela existe	AC
135	realmente em termos de cultura e trabalho em	rede fizemos um caminho, ao longo destes anos, muito	MUN
136	uma temática em concreto. Portanto o trabalho em	rede é um trabalho muito gratificante, é o trabalho	REDE
137	é um problema. O facto de trabalharmos em	rede é uma vantagem, é esse caminho que que	MUN
138	realizar. A importância deste do trabalho em	rede das várias instituições ligadas à cultura, acho	REDE
139	o eixo da Cultura do Algarve Central em	rede já é desenvolvido há 10 anos e temos aqui	MUN
140	que há aqui que arrumar a coisa numa	rede, que é fundamental. Não posso ter problema que	MUN
141	vivem ao conhecerem a sua herança patrimonial. A	Rede Azul é pioneira, existem várias redes do tipo	REDE
142	as angústias e expectativas. Portanto a	Rede Azul é sem dúvida uma oportunidade;	REDE
143	estão a trabalhar juntamente nesta candidatura em	rede... Mas é uma temática que deveria ser abordada	AC
144	e são factuais, mas não sei. Forças: A	Rede Azul é uma força, porque pela primeira vez	REDE