



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Amanda Coelho Ferreira dos Santos

ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS -
IMPACTOS E TENDÊNCIAS NA REGIÃO
CENTRO DE PORTUGAL

UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE UMA CIDADE
DO LITORAL E UMA DO INTERIOR

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios, orientado pelo Professor Doutor Luís Eduardo Ávila da Silveira, apresentado ao Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Outubro de 2023

FACULDADE DE LETRAS

ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS - IMPACTOS E TENDÊNCIAS NA REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE UMA CIDADE DO LITORAL E UMA DO INTERIOR

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Organização e Gestão de Eventos - Impactos e Tendências na Região Centro de Portugal
Subtítulo	Uma Análise Comparativa entre uma Cidade do Litoral e uma do Interior
Autora	Amanda Coelho Ferreira dos Santos
Orientador	Luís Eduardo Ávila da Silveira
Júri	Doutor Paulo Carvalho Tomás (Presidente) Doutora Susana Maria Lima (1. ^a Vogal) Doutor Claudete Moreira (2. ^a Vogal) Doutor Luís Ávila da Silveira (3. ^o Vogal)
Identificação do Curso	2º Ciclo em Turismo, Território e Patrimónios
Área científica	Turismo, Território e Patrimónios
Data	18-10-2023
Classificação do Relatório	15 valores
Classificação do Estágio e Relatório	16 valores



“The function of education is to teach one to think intensively and to think critically. Intelligence plus character - that is the goal of true education.” - Martin Luther King Jr.

AGRADECIMENTOS

Alcançar a conclusão desta dissertação é cumprir com um dos maiores desafios académicos a que já me propus, um que me proporciona um sentimento de orgulho e dever cumprido após aquele que foi um percurso árduo e de constante superação, e que só foi possível devido à minha perseverança e ambição pessoal e os que foram um apoio em todas as horas.

Nesse sentido, não posso deixar de agradecer, em primeiro lugar, ao meu orientador, Senhor Professor Doutor Luís Eduardo Ávila da Silveira. Fico-lhe eternamente grata por ter aceite acompanhar-me nesta investigação e por tudo o que me ensinou, pela disponibilidade e paciência que teve ao longo de todo o meu percurso. O que alcancei até hoje não teria sido possível sem si, muito obrigada.

Em segundo lugar, não posso deixar de agradecer à empresa que me acolheu – a Andamento e, em especial, ao Dr. Pedro Silva. Obrigada pela disponibilidade em receber-me, a experiência que adquirir será um contributo fulcral para o meu crescimento pessoal e profissional.

À equipa da RSom. Nenhum agradecimento será alguma vez suficiente perante a forma como me integraram, mesmo não fazendo parte da vossa equipa. O carinho, apoio, brincadeiras e os “anda connosco ali” nunca serão esquecidos. Sinto-me uma sortuda por ter encontrado em vocês um ombro amigo e a motivação para levar isto até ao fim. O meu mais sentido obrigada.

Agradeço, igualmente, a todos os que, confiando no meu trabalho de investigação, se mostraram dispostos a preencher os inquéritos levados a cabo de forma tão empenhada e notável. Foi graças a vocês que me foi possível terminar este projeto e contribuir para os conhecimentos e estudos na área do turismo e para aquele que será o futuro da organização e gestão de eventos.

O meu agradecimento mais especial vai para aqueles que são o meu porto de abrigo – a minha família. Obrigada mãe, pai e irmã por nunca desistirem de mim, por me ouvirem e lidarem com as minhas inseguranças como só vocês sabem fazer. Obrigada por serem um exemplo de resiliência, esforço e dedicação, por terem contribuído tanto para ser a pessoa de que me orgulho ser hoje. Obrigada às estrelinhas que tenho a olhar por mim, que foram confidentes nos momentos em que mais me senti perdida e incapaz. Espero que estejam orgulhosos de mim.

Por último, resta-me agradecer aos que permitiram que Coimbra se tornasse memorável e me fizeram compreender o significado da palavra “saúde” e o porquê da sua associação a esta cidade. Aqueles com quem me cruzei e me marcaram com boas memórias, aos meus parceiros de mestrado que viveram esta aventura ao meu lado, aos meus afilhados e aos verdadeiros amigos que levo para a vida, os meus “monstrinhos” e a minha “bela”. Obrigada por serem carinho e conforto quando precisava de espairar, diversão e alegria quando estava mais em baixo, apoio e encorajamento quando não acreditava em mim.

RESUMO

Os eventos, ainda que nem sempre reconhecidos dessa maneira, têm tido uma presença indubitável na sociedade desde os tempos mais primórdios. Com o crescimento e desenvolvimento das novas tecnologias e o surgimento do “novo turista”, a organização e gestão de eventos tornou-se mais complexa, mas também mais abrangente, próxima, inclusiva e acessível.

Assim, de dia para dia, têm surgido novos conceitos e iniciativas que procuram trazer a um destino um maior reconhecimento e competitividade. Deste modo, é perceptível que falar em eventos sem falar em turismo é uma dissociação muito difícil de se fazer, já que a realização de um evento num destino faz sobressair a sua capacidade de atração turística a nível nacional e internacional.

No que a Portugal diz respeito, também o crescimento da organização e gestão de eventos tem sido notório, uma vez que não só se tem notado um aumento expressivo no número de empresas ligadas ao setor, como também no número de espetadores de espetáculos ao vivo. A região Centro, por sua vez, não é exceção neste cenário, o que pode ser justificado pelo potencial e autenticidade dos recursos e património existentes nesta mesma região.

Com fim a perceber esta dinâmica, foi realizado um estágio numa empresa de organização e gestão de eventos sediada em Tomar, o que permitiu obter uma perceção mais clara e ter um papel ativo no processo interno implicado na planificação e concretização de um evento.

Em consonância com a aprendizagem que o estágio foi possibilitando, foram, posteriormente, aplicados questionários que procuraram analisar a perceção e grau de satisfação dos residentes e dos visitantes perante os eventos, bem como a influência que estes têm nos destinos onde são organizados. Desta forma, e tendo sido selecionadas duas cidades – a Figueira da Foz (pertencente ao litoral do país) e Tomar (pertencente ao interior do país) – que apresentam características notoriamente distintas e capazes de conferir a cada cidade uma atividade e dinâmica muito própria, tornou-se possível perceber quais serão as tendências futuras da área da organização e gestão de eventos.

Assim, aliar a concretização do estágio com a aplicação de questionários e, ainda, com a pesquisa bibliográfica, permitiu concluir que, apesar dos eventos mais procurados pela sociedade serem os culturais e de entretenimento, existe uma grande oportunidade para explorar novos mercados, como o tecnológico e o de vinhos e gastronomia, o que torna perceptível que o futuro dos eventos em Portugal apresenta uma grande potencialidade de crescimento.

Palavras-chave: Organização e Gestão de Eventos; Figueira da Foz; Tomar; Impactos nos destinos; Tendências Futuras.

ABSTRACT

Although not always recognized in that way, events have had an undoubted presence in the society since the earliest times. With the growth and development of new technologies and the emergence of the “new tourist”, the organization and management of events has become more complex, but also more comprehensive, close, inclusive and accessible.

Thus, day by day, new concepts and initiatives that seek to bring greater recognition and competitiveness to a destination have emerged. In this way, it is understood that talking about events without talking about tourism is a very difficult dissociation to make, since organizing an event in a destination highlights its capacity to attract tourists on a national and international level.

As far as Portugal is concerned, the growth in the organization and management of events has also been notable, as not only there has been a significant increase in the number of companies linked to the sector, but also in the number of spectators at live shows. The Central region, in turn, is no exception in this scenario, which can be justified by the potential and authenticity of the resources and heritage existing in this same region.

In order to understand this dynamic, an internship was carried out in an event organization and management company based in Tomar, which allowed obtaining a clearer perception and have an active role in the internal process involved in the planning and implementation of an event.

In line with the knowledge that the internship enabled, questionnaires that sought to analyze the perception and level of satisfaction of residents and visitors towards the events, as well as the influence that these have on the destinations where they are organized, were subsequently administered. In this way, and having selected two cities – Figueira da Foz (belonging to the coast of the country) and Tomar (belonging to the interior of the country) – which present notoriously distinct characteristics and are capable of giving each city its own activity and dynamics, it became possible to understand what the future trends will be in the area of event organization and management.

Thus, combining the completion of the internship with the application of questionnaires and also with the bibliographical research, it was possible to conclude that, although the most wanted events by the society are the cultural and entertainment ones, there is a great opportunity to explore new markets, such as technology and wine and gastronomy, which makes it clear that the future of events in Portugal has a great potential for growth.

Keywords: Organization and Management of Events; Figueira da Foz; Tomar; Impacts on the destinations; Future Trends.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	1
ÍNDICE DE TABELAS.....	1
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	2
ÍNDICE DE ANEXOS	3
ACRÓNIMOS E SIGLAS	3
I. Introdução.....	3
I.1. Contextualização do tema	3
I.2. Objetivos da investigação	3
I.3. Estrutura e metodologia	4
II. Os Eventos.....	9
II.1. Conceito de evento	10
II.2. Evolução dos eventos ao longo do tempo	12
II.3. Classificação dos eventos.....	13
II.4. Tipologias de eventos	15
III. Os Eventos e o Turismo	23
III.1. A oferta de eventos no turismo	25
III.2. Impactos da sazonalidade na oferta de eventos	27
III.3. Dinâmicas turísticas causadas pela dinamização de eventos	31
III.4. Consequências da organização de eventos num destino	33
IV. A Organização e Gestão de Eventos em Portugal	39
IV.1. Organização e gestão de eventos no Litoral e no Interior da Região Centro	45
IV.1.1. Contextualização da Figueira da Foz	46
IV.1.2. Contextualização de Tomar	53
V. O Caso de Estudo da Andamento Produções	63
V.1. Contextualização da empresa	64
V.2. Serviços prestados	64

V.3. Análise SWOT da empresa	65
V.5. Contextualização do trabalho desenvolvido no estágio	70
VI. Os Eventos e a População Residente/Espectadora nas Cidades da Figueira da Foz e Tomar	73
VI.1. Metodologia	73
VI.2. Caracterização da população inquirida	75
VI.3. Apresentação e análise dos resultados	77
VI.3.1. Adesão à participação em eventos na Figueira da Foz e em Tomar	78
VI.3.2.1A. Designação dos eventos referidos	78
VI.3.2.1B. Motivos para a participação nos eventos	82
VI.3.2.2. Motivos para a não participação em eventos	83
VI.3.3. Perceção da importância da organização de eventos numa cidade	84
VI.3.4.1. Vantagens da organização de um evento numa cidade	85
VI.3.4.2. Desvantagens da organização de um evento numa cidade	86
VI.3.5. Aspectos mais atrativos num evento	87
VI.3.6. Preferências pelas tipologias de eventos	88
VI.3.7. Perceção do número de eventos ao longo do ano	89
VI.3.8. Sugestões de eventos que os inquiridos gostavam de ver ser criados	90
VII. Discussão de Resultados	95
VIII. Conclusões e Perspetivas Futuras	99
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS/FONTES CONSULTADAS	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Tipologias de eventos.....	16
Figura 2 - Categorização dos tipos de património existentes.....	25
Figura 3 - Vulnerabilidade regional do turismo por NUTS-3 na EU-28.....	29
Figura 4 - Dormidas nos meios de alojamento turístico em Portugal, por mês, de 2019 a 2022.	30
Figura 5 - Consequências no alojamento em resultado do concerto dos Coldplay em Coimbra.	32
Figura 6 – Notícia acerca da certificação da Feira de São Mateus como evento sustentável.	34
Figura 7 - Notícia acerca da propagação do Covid-19 durante um evento.....	35
Figura 8 - Resumo das consequências positivas e negativas da organização de eventos num destino.	36
Figura 9 - Lista de empresas registadas no setor da organização e gestão de eventos em cada distrito, a nível nacional.	39
Figura 10 - Afluência de pessoas no Nos Alive.....	41
Figura 11 - Número de espetadores em diversos eventos artísticos ao vivo.	42
Figura 12 - Bilhetes vendidos, bilhetes oferecidos e total de espetadores em espetáculos ao vivo (n.º) entre 2017 e 2021.	43
Figura 13 - Localização geográfica do município da Figueira da Foz.	46
Figura 14 - Destaque da a quacultura na Figueira da Foz ao nível da Península Ibérica.	50
Figura 15 - Festas de São João.	53
Figura 16 - Localização geográfica do município de Tomar.....	54
Figura 17 – Festa dos Tabuleiros.	59
Figura 18 - Preparação de camarins durante um evento.....	65
Figura 19 - Stage Management durante um evento.	65
Figura 20 - FAFIPA em Alvaiázere, 2023.	69
Figura 21 - Inquéritos aplicados nos grupos da Figueira da Foz.	74
Figura 22 - Inquéritos aplicados nos grupos de Tomar.....	74

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Definição do termo "evento" por diversos autores.	11
Tabela 2 - Ranking dos eventos com melhor reputação em 2021 e 2022 em Portugal.	40
Tabela 3 - Espetáculos ao vivo: Total das sessões, bilhetes, espetadores, receitas e preço médio entre 2011 e 2020.	44

Tabela 4 - Espetáculos ao vivo: Total das sessões, bilhetes vendidos e oferecidos, espetadores, receitas e preço médio, por região (NUTS II) em 2021.	45
Tabela 5 - Censos relativos à população residente na Figueira da Foz.	47
Tabela 6 - Censos relativos à educação da população da Figueira da Foz.	48
Tabela 7 - Número total de dormidas na Figueira da Foz de 2019 a 2022.	50
Tabela 8 - Censos relativos à população residente em Tomar.	54
Tabela 9 - Censos relativos à educação da população de Tomar.	55
Tabela 10 - Número total de dormidas em Tomar de 2019 a 2022.	57
Tabela 11 - Análise SWOT da Andamento Produções.	67
Tabela 12 - Ideias de novos eventos sugeridos pelos inquiridos da Figueira da Foz e de Tomar. ...	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixas etárias da população inquirida.	75
Gráfico 2 - Género da população inquirida.	76
Gráfico 3 - Área de residência da população inquirida.	77
Gráfico 4 - Percentagem de inquiridos que disseram participar em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	78
Gráfico 5 - Eventos e percentagem de vezes que foram referidos pelos inquiridos na Figueira da Foz.	79
Gráfico 6 - Eventos e percentagem de vezes que foram referidos pelos inquiridos em Tomar.	80
Gráfico 7 - Motivos que os inquiridos apontaram para participarem em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	82
Gráfico 8 - Motivos que os inquiridos apontaram para não participarem em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	83
Gráfico 9 - Percentagem de inquiridos que consideram a organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar importante.	84
Gráfico 10 - Vantagens que os inquiridos referiram resultantes da organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	85
Gráfico 11 - Desvantagens que os inquiridos referiram resultantes da organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	86
Gráfico 12 - Motivos que os inquiridos apontaram como sendo os mais atrativos em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.	87

Gráfico 13 - Tipologias de eventos consideradas mais cativantes pelos inquiridos na Figueira da Foz.	88
Gráfico 14 - Tipologias de eventos consideradas mais cativantes pelos inquiridos em Tomar.....	89
Gráfico 15 - Percentagem de inquiridos que consideram a oferta de eventos ao longo do ano suficiente.	90

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Impacto que a dinamização de eventos tem nos alojamentos locais.	115
Anexo 2 - Contacto entre locais e visitantes.....	115
Anexo 3 - Esquema resumo da análise SWOT.	116
Anexo 4 - Secção 1 dos questionários aplicados na Figueira da Foz.	117
Anexo 5 - Secção 1 dos questionários aplicados em Tomar.....	118
Anexo 6 - Secção 2 dos questionários aplicados tanto na Figueira da Foz como em Tomar.	119

ACRÓNIMOS E SIGLAS

PIB – Produto Interno Bruto

INE – Instituto Nacional de Estatística

UE – União Europeia

NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais

a.C. – Antes de Cristo

CAE – Centro de Artes e Espetáculos da Figueira da Foz

ACES – Agrupamento de Centros de Saúde

SFX – Efeitos Especiais (*Special Effects*)

Capítulo I.

Introdução

I. Introdução

I.1. Contextualização do tema

O turismo tem uma abrangência inegável e, atualmente, trata-se de uma área em constante crescimento. Isto porque, devido à existência de um vasto património material e imaterial que demarca cada país no mundo, se bem explorado e promovido, pode fazer surgir um motivo de visitação, ou seja, criar uma nova oferta no turismo.

Dentro dessa oferta, no entanto, existem iniciativas que apresentam uma maior capacidade para atrair uma massa de visitantes mais notória, entre as quais se destacam os eventos. Atualmente, as potencialidades que surgem do constante desenvolvimento da sociedade abrem novas portas e novos meios para que a oferta de eventos seja mais variada e dinâmica, o que leva a que haja uma procura crescente associada ao setor.

Foi decorrente dessa questão que, para a concretização deste relatório, surgiu a vontade de explorar e desenvolver o tema da organização e gestão de eventos em Portugal e, em particular na Região Centro de Portugal, atendendo às enormes potencialidades que a mesma apresenta, mas que ainda não estão a ser devidamente exploradas.

Nesse sentido, através da aplicação de diversas metodologias (nomeadamente, a pesquisa bibliográfica, a realização de um estágio e a aplicação de questionários) foi possível obter uma perceção mais clara de como os eventos são percebidos pelos espetadores e recebidos pelos residentes. Ora, isto levou ao apontamento de diversos pontos fortes e fracos que deverão ser trabalhados com fim a garantir o crescimento contínuo do setor e, em consequência, a maior competitividade da oferta turística associada à Região Centro do país.

Denote-se que a atividade turística se caracteriza pela sua perseverante inovação, desenvolvimento, adaptação e dinamização, atendendo a que é constantemente influenciada pelas *trends* a que se assistem de dia para dia. Face ao papel crucial que a organização e gestão de eventos apresenta na diversificação da oferta e criação de experiências e produtos, denota-se que esta área não deve ficar estagnada, daí a escolha deste tema.

I.2. Objetivos da investigação

Perceber os impactos que a dinamização de um evento tem para um destino e para a população residente, é perceber as vantagens e desvantagens que podem ser trabalhadas em prol da dinamização e desenvolvimento desse mesmo destino, da valorização e preservação do seu património e costumes, da melhoria das condições sociais, económicas e estruturais que lhe estão

latentes, da criação de uma imagem positiva e cativante do destino e da sua colocação numa posição mais marcada no mercado turístico, no sentido de lhe trazer um maior reconhecimento e competitividade perante outros destinos.

Por sua vez, entender quais são as tendências futuras em relação aos eventos, é aproveitar a oportunidade para se moldar, retificar e criar uma oferta turística que responda aos padrões denotados na procura turística. Isto poderá, então, proporcionar a hipótese de serem exploradas novas tipologias e formas de eventos que não são exploradas até então, o que poderá, se bem-sucedido, trazer um maior reconhecimento e competitividade a Portugal no panorama mundial do turismo.

Foi com o foco nestes dois principais aspetos que esta investigação se foi desenvolvendo, tendo como grande objetivo, então, trazer um maior prestígio e destaque ao setor da organização e gestão de eventos, procurando que a mesma faça usufruto dos recursos e potencialidades de que o território naturalmente dispõe. Isto porque só assim é trazido à oferta turística uma maior originalidade e essência daquilo que Portugal é e representa não apenas a nível nacional, mas também internacional.

1.3. Estrutura e metodologia

O presente relatório encontra-se dividido em dois grandes universos, nomeadamente um teórico que procura desenvolver e explorar os conceitos relacionados com o tema dos eventos, e um outro prático com enfoque em procurar responder às questões levantadas por este estudo – qual a influência que os eventos têm nas cidades e quais serão as futuras tendências da área.

Nesse sentido, e inseridos na parte teórica deste trabalho, surgem três capítulos centrais. O primeiro engloba os eventos em toda a sua dimensão, pelo que é dada a conhecer a definição do conceito, a evolução que os eventos sofreram ao longo do tempo e os fatores que influenciaram essa referida evolução, a sua classificação segundo o acesso, duração, dimensão e periodicidade e, por fim, são apresentadas as tipologias de eventos existentes.

O segundo capítulo diz respeito à ligação que se estabelece entre os eventos e o turismo. Nesse sentido, não só é abordada a oferta de eventos no setor turístico, como também são explanados os impactos que a sazonalidade pode ter nessa oferta, quais as dinâmicas turísticas que se estabelecem ao longo da dinamização de um evento e, por último, as consequências geradas no destino em resultado dessa mesma dinamização.

Para terminar este capítulo teórico, procede-se, então, à reflexão acerca da área da organização e gestão de eventos em Portugal enquanto ponto de ligação à introdução da contextualização das cidades que vão ser trabalhadas no estudo – a Figueira da Foz e Tomar.

Refira-se, ainda, que para a concretização destes capítulos teóricos a metodologia se centrou na pesquisa bibliográfica e na interpretação individual dos conhecimentos adquiridos ao longo dos últimos cinco anos enquanto aluna da área de turismo. Por se tratarem de capítulos mais conceptuais, a pesquisa foi focada em livros, dissertações, teses, artigos, sítios de internet e em fontes oficiais de dados estatísticos considerados cruciais no apontamento de informações que ajudaram a trazer perspetivas mais claras e enriquecedoras ao trabalho.

Ora, a abordagem mais prática tem começo no capítulo V, onde se aborda o estágio desenvolvido na empresa Andamento Produções, procedendo à sua contextualização, à enunciação dos serviços prestados, à dinamização de uma análise SWOT e, finalmente, à indicação dos eventos levados a cabo pela empresa.

Seguidamente, com fim a explorar e trazer novos conhecimentos à área do turismo, é dado início à apresentação dos questionários que foram aplicados à população das cidades da Figueira da Foz e de Tomar. Nestes questionários procurou-se, pois, analisar os eventos que são organizados na Região Centro de Portugal e, mais concretamente, nas cidades da Figueira da Foz e de Tomar. Para isso, foram feitas diversas questões à população residente e espetadora desses mesmos eventos, com fim a ter uma perceção fiel em relação aqueles que são os pontos fortes e os pontos fracos do atual setor e qual o caminho que se deverá seguir no futuro.

Após a análise e discussão de resultados que advêm dos mesmos, surge o capítulo que dá por terminado este relatório, onde são apresentadas as conclusões e tendências futuras dos eventos, procurando que as mesmas seja um acréscimo à área do turismo e tenham um impacto positivo e significativo no estudo da organização e gestão de eventos e no caminho que os mesmos devem seguir a nível nacional.

Capítulo II.

Os Eventos

II. Os Eventos

Os eventos, ainda que não fossem reconhecidos dessa forma, sempre estiveram bastante presentes na sociedade, já que serviam como uma fuga à rotina, como a forma de reunir pessoas e promover o seu convívio com algum fim.

No que concerne ao seu começo, e apesar de na altura não se poder apontar tal como um setor (já que não havia conhecimentos acerca do turismo como há hoje), é de referir que o primeiro evento registado na história foi a primeira Olimpíada em honra de Zeus, 776 anos a.C. (ARX Eventos, 2023).

No entanto, dados históricos apontam Cleópatra como tendo sido a primeira organizadora de eventos. Tal advém do facto de, nesses tempos, ser costume ela organizar encontros e festas no seu barco no rio Nilo, com fim a atrair os seus potenciais amantes. Neste procedimento, ela não recorria apenas à entrega de diversos convites a pessoas anteriormente selecionadas, como também tratava das decorações de maneira a que se coadunassem com o ambiente e tema de cada festa, fazendo uso das velas e do perfume para romantizar o cenário (LocalHop, 2020).

Com o passar dos anos a organização de eventos tornou-se cada vez mais vistosa e bem organizada, atendendo a que a realeza francesa medieval não perdia uma oportunidade para mostrar a sua riqueza através de grandes festas luxuosas. Nesta época, eram as mulheres aristocráticas ricas que tratavam de toda a organização, sendo exemplo a Madame Pompadour com as suas festas temáticas e músicos populares (LocalHop, 2020).

Esse reconhecimento levou à expansão desta prática a novas vertentes, nomeadamente a profissional. Isto porque a organização de eventos de negócios passou a ser uma constante na época da Revolução Industrial, que ficou marcada pelo maior poder de compra, a evolução das formas de transporte e a vontade de expansão de negócios além-fronteiras, o que tornava a organização de um evento o momento ideal para conversas de negócios e troca de contactos (ARX Eventos, 2023).

Assim, ainda que a evolução da forma como os eventos seja notório e contínua, é perceptível o papel importante que os eventos sempre tiveram na sociedade. Tendo isto em conta, e atendendo aquilo que é a procura turística atualmente (a vontade de ter experiências autênticas e diferentes, em que haja um maior contacto com os residentes e a vivência de momentos memoráveis), entende-se o porquê de os eventos serem uma presença assídua quando se fala em turismo, pelo que interessa explorá-los até ao seu cerne.

II.1. Conceito de evento

Como é expectável numa área tão dinâmica, subjetiva e em constante desenvolvimento como o turismo, não existe uma só definição globalmente aceite para definir o que é um evento, atendendo à ambiguidade de critérios e fatores que existem para a sua caracterização e classificação.

Remontando ao seu início, a palavra “evento” surgiu do latim *eventus* e representa uma ocorrência. Segundo o dicionário de Cambridge, um evento é mesmo definido como algo que acontece, especialmente quando se trata de uma coisa importante ou não habitual (Cambridge Dictionary, 2023).

Com o passar dos anos, e ainda que vão surgindo novas propostas para definir o que é um evento (propostas essas que procuram dar resposta à evolução dos tempos e à oferta turística que vai surgindo com o desenvolvimento da sociedade), a definição em questão manteve sempre o seu *core*, percecionando-se as maiores diferenças na maneira mais pormenorizada como alguns autores definem o termo (Tabela 1).

Tabela 1 - Definição do termo "evento" por diversos autores.

	Definição de "Evento"
Michel Foucault (1996)	Considera um evento um acontecimento que tem um início e um fim. Todas as experiências humanas, atividades, ideias e formas culturais podem ser analisadas como sendo um evento ou uma série de eventos.
Beni (1998)	Define os eventos como acontecimentos programados que têm como propósito a divulgação, comercialização e desenvolvimento de atividades científicas, culturais, desportivas e outras, funcionando como um instrumento de incentivo à prática de turismo.
Meirelles (1999)	Define todos os eventos como uma forma de reunião, já que esta é o princípio de todos os tipos de eventos. Para si, os eventos dizem respeito ao encontro de duas ou mais pessoas, com fim a discutir, debater e resolver questões acerca de um tema em concreto.
Zanella (2003)	Retrata um evento como uma concentração ou reunião formal de pessoas ou entidades que, tendo o objetivo comum de celebrar acontecimentos importantes e significativos, se juntam numa data e local especial.
Philip Kotler (2004)	Refere-se a um evento como uma ocorrência destinada a transmitir mensagens específicas ao seu público-alvo. Na sua perspetiva, os eventos proporcionam uma oportunidade para comunicar, para chegar ao mercado, para construir relações profissionais e para criar diferenciação.
Antonio Houaiss (2009)	Expõe um evento como sendo um acontecimento (uma festa, espetáculo, comemoração, entre outros) organizado por especialistas e que encerra em si objetivos institucionais, comunitários ou promocionais.

Fonte: Elaboração própria a partir de Araújo (2009), Cavalcanti (2017), Indira University (2018), O'Farrell (2005), Oliveira K. V. (2014) e Silva (2009).

Assim sendo, e do meu ponto de vista, um evento pode ser definido como uma ocasião que promove o encontro de pessoas que, partilhando entre si os mesmos interesses, procuram celebrar um marco especial que lhes traz um momento de convivência fora daquela que é a sua habitual rotina.

Denote-se, ainda, que na definição e realização de um evento há pontos cruciais que devem sempre ser tidos em conta, entre os quais o acontecimento que lhe dá origem, o local onde tal vai ser levado a cabo, a data e hora, qual o objetivo, quem serão os participantes (ou, consoante o tipo de evento, o público-alvo), que atividades irão ser levadas a cabo e, por fim, como será efetuada a gestão e organização do evento e como se pretende dar a conhecê-lo, como comunicá-lo.

II.2. Evolução dos eventos ao longo do tempo

À semelhança da atividade turística, os eventos têm sofrido diversas alterações e evoluções que procuram acompanhar a mudança dos tempos, a sua modernização, sendo influenciados quer pelo desenvolvimento das tecnologias, quer pelas tendências que se verificam na sociedade, como é o caso do surgimento do “novo turista”¹. Falando em termos temporais, é interessante apontar e salientar, então, as principais diferenças na maneira como os eventos eram levados a cabo.

Até ao século XX, há que referir que os eventos tinham uma realização mais simplista e tendiam a atrair maioritariamente a comunidade local. Isto porque se tratavam de épocas em que os meios de comunicação eram bastante limitados, pelo que o conhecimento era limitado e o convite a participar nos eventos era feito de forma pessoal através do denominado “boca-a-boca” (Eventdex, 2023).

Por sua vez, no começo do século XX, assistimos a grandes transformações associadas à urbanização e industrialização das cidades, o que levou a que os eventos comessem a ter dimensões maiores e fossem mais constantes, impactantes, complexos e profissionais, ainda que a sua divulgação continuasse muito tradicionalista e semelhante à dos tempos antigos (Eventdex, 2023).

¹ O novo turista retrata o turista com que nos deparamos atualmente e que apresenta características muito próprias, entre as quais o facto de valorizar a sustentabilidade e preferir destinos que também o façam; ser sensível à cultura e ligação com os residentes locais; estar conectado, ser mais informado e, conseqüentemente, mais exigente e independente nas suas decisões; o que procura experiências autênticas, com significado, e que lhe tragam novas aprendizagens (Rafael, 2016).

Já no final do século XX, dá-se um dos maiores avanços a que o setor assistiu – a integração das tecnologias. Com o surgimento dos computadores, o trabalho dos organizadores não só se tornou mais prático, como também permitiu que existisse uma maior promoção dos eventos (TSV Sound & Vision, 2023).

Foi no século XXI que se verificou talvez a maior evolução de todas, já que assistimos aquela que foi a Revolução Digital. Com a proliferação da internet e o alargamento dos horizontes ao nível do conhecimento e da informação, a organização de eventos transformou-se e passou não só a ser mais diversificada, como também mais inclusiva, representativa e acessível (TSV Sound & Vision, 2023).

Tal deve-se a variados aspetos, entre os quais o crescimento das redes sociais (que possibilitaram uma aproximação inigualável ao público, facilitando a comunicação, a concretização de estratégias de marketing e a interação com o público), o desenvolvimento de *apps* e sites oficiais (que otimizam o tempo de obtenção de todo o tipo de informação e permitem processos como o de compra de bilhetes *online*), a dinamização de eventos virtuais e híbridos (que permite a todos os interessados ter uma experiência presencial, mas por detrás de um ecrã), a aposta em elementos interativos (que criam uma experiência mais dinâmica, original e memorável nos participantes), o acesso a estatísticas e dados analíticos (que tornam possível saber as preferências, interações e comportamentos dos consumidores *online*, com fim a adaptar e otimizar o futuro planeamento dos eventos) e a inclusão de tecnologias imersivas (sistemas como a realidade virtual que permitem aos participantes interagir com novos ambientes, o que lhes traz uma experiência excitante) (Pacheco, 2021).

Em conclusão, o dinamismo do setor da organização e gestão de eventos é indubitável, já que, seja pelos avanços tecnológicos, seja pelas mudanças culturais e sociais, de século para século vamos sendo confrontados com novos elementos que procuram dar aos visitantes experiências memoráveis.

II.3. Classificação dos eventos

O processo de classificação de eventos trata-se de algo complexo e não objetivo, já que existem inúmeros fatores e características que o podem influenciar e criar uma necessidade de adaptação ou atualização. Não obstante, é possível categorizar os eventos consoante as suas características e atributos, como se passa a explanar de seguida.

No que concerne ao seu acesso existem apenas dois tipos de eventos (Souza, 2020):

1. Eventos públicos – Tratam-se de todos os eventos que são organizados em prol da comunidade, ou seja, de acesso livre e em que qualquer pessoa pode participar sem nenhum constrangimento.
2. Eventos privados – Englobam os eventos que não são abertos a toda gente, cuja organização está ao encargo de uma pessoa ou entidade que restringe o acesso a um círculo limitado e definido de pessoas.

Os eventos podem variar muito na sua duração, mas podem ser classificados em (Oliveira, 2018):

1. Curta duração – Eventos que duram entre quatro horas a uma semana.
2. Média duração – Eventos que duram entre uma semana a três meses.
- Longa duração – Eventos que duram entre três meses e um ano.

Ao nível da dimensão, os eventos podem dividir-se em quatro tipos:

1. Eventos locais – Eventos que apresentam uma pequena escala e uma duração limitada, mas acontecem de uma forma mais regular que os restantes. Por comemorarem desejos e aspetos da vida em comunidade e da sua história, o interesse nos mesmos é local, ou seja, as pessoas que os atendem são, sobretudo, membros residentes no local em questão. Atualmente, estes são cada vez mais utilizados como uma ferramenta para promover o turismo e a economia (Oklobdžija, 2015).
1. Eventos-marca (ou eventos *Hallmark*) – Eventos que têm uma grande dimensão e são conhecidos a nível mundial, carregando uma importância significativa para a região e para a comunidade local. Com uma originalidade, prestígio e simbolismo único, apresentam uma duração limitada e podem acontecer apenas uma vez ou ser recorrentes. São chamados *Hallmark* atendendo a que se tornam a imagem de um destino e aquela que é a alma do lugar e da sua comunidade, atraindo um grande reconhecimento cultural e turístico (Oklobdžija, 2015).
2. Grandes eventos (ou *Major-events*) – Eventos com uma dimensão tal que podem incorporar em si festivais e outros tipos de eventos. Têm uma duração limitada, bastante prestígio e também costumam apresentar um simbolismo muito próprio, atraindo um

número significativo de visitantes, alto interesse mediático e diversos benefícios económicos (Oklobdžija, 2015).

3. Megaeventos – Eventos com a maior dimensão de todos, sendo divulgados em todo o mundo e atraindo participantes a nível nacional e internacional. Com uma duração limitada, exigem grandes estruturas, inúmeros recursos e um tempo de preparação longo. Apresentam uma significância tal, que os seus impactos são notórios durante e após a sua realização, seja a nível turístico, político, estrutural, económico ou social (Oklobdžija, 2015).

Denote-se ainda que, para que sejam considerados eventos-marca ou megaeventos, o número de participantes nos mesmos tem de ultrapassar os mil e também que, por norma, os eventos de média e longa duração são megaeventos.

Por fim, no que concerne à periodicidade, os eventos podem ser subdivididos em (Ribeiro, 2020):

1. Únicos – Eventos que se realizam apenas uma vez.
2. Esporádicos – Eventos que não têm uma periodicidade, ou seja, a sua realização não é específica e certa no tempo.

Periódicos – Eventos que têm um período de realização com intervalos de tempo definidos.

II.4. Tipologias de eventos

No que concerne às tipologias de eventos, é notória a variedade e oferta que existe nas mais diversas vertentes, o que faz perceber a capacidade que esses têm de responder à oferta turística. Consoante a natureza, o conteúdo e o objetivo pretendido (Getz, 2007), os eventos podem-se dividir nas categorias seguidamente apresentadas (Figura 1).



Figura 1 - Tipologias de eventos.

Fonte: Elaboração própria a partir de Cardoso (2013), Hernández-Mogollón et.al (2014) e Oklobdžija (2015).

Começando pelos eventos acadêmicos, é de referir que estes têm como foco as atividades de cariz educacional e intelectual inseridas num contexto académico, sendo, por norma, organizados por instituições académicas, de investigação ou associações profissionais (Cardoso, 2013).

É com a dinamização destes eventos que surge a oportunidade para os estudantes, investigadores, professores e peritos trocarem teorias entre si, partilharem conhecimentos, apresentarem projetos de investigação, abordarem conceitos teórico-práticos e discutirem tendências e desenvolvimentos nas diversas áreas naquele que é um ambiente de tom intelectual (Hernández-Mogollón, 2014).

Nesse sentido, torna-se recorrente estes eventos servirem também como uma forma de alargar a rede de contactos, criar novas colaborações e explorar os conhecimentos relacionados com os mais diversos assuntos, nomeadamente as ciências naturais e sociais, as artes, as humanidades, as tecnologias, e por aí em diante, o que faz perceber a importância destes eventos (Oklobdžija, 2015).

Dentro desta tipologia os eventos podem ainda assumir diversas formas, entre as quais as conferências, seminários, simpósios, *workshops* e palestras, todas estas contribuindo para a construção de uma comunidade académica forte e em constante desenvolvimento.

Por sua vez, os eventos sociais dizem respeito às ocasiões ou atividades que têm a pretensão de juntar as pessoas com fim a celebrar algum acontecimento ou partilhar experiências naquele que é um ambiente de cariz exclusivamente social (Cardoso, 2013).

Sendo sempre organizados com um objetivo concreto como ponto de partida, tais podem ter diversos propósitos e adotar tanto o registo informal e casual (por exemplo, a celebração de um aniversário ou a promoção de um retiro), como um registo mais formal (por exemplo, a celebração de casamentos, batizados ou angariações de fundos). Assim, percebe-se que estes eventos encerram em si uma exclusividade clara, já que não são abertos ao público em geral, mas apenas a um grupo restrito de pessoas cuja participação, por norma, é controlada por meio de um convite, filiações ou processos de registo (Hernández-Mogollón, 2014).

Perante a sociedade, este tipo de eventos desempenha um papel crucial, uma vez que promovem a conexão e relação entre pessoas que partilham os mesmos interesses contribuindo, pois, para a construção ou reforço do espírito de comunidade entre eles.

Para além do mais, denota-se que estes eventos permitem escapar aquela que é a rotina do dia a dia e fornecem experiências que enriquecem as pessoas a nível social e pessoal, atendendo a que permitem um tempo de relaxamento, celebração, comunicação e interação com significado e que vai além daquilo que é o habitual (Oklobdžija, 2015).

No que concerne aos eventos de negócios, e como se torna perceptível pelo termo, esta tipologia engloba todas as ocasiões e atividades que são organizadas por empresas ou negócios com os mais diversos propósitos.

Consoante esses propósitos, então, surgem diversos tipos de eventos, nomeadamente as conferências e seminários (promovem a troca de conhecimento e a discussão de tendências entre profissionais do mesmo setor profissional ou de setores que se complementem), os retiros empresariais (com foco em promover a comunicação, trabalho e dinâmicas internas de uma empresa em concreto), as feiras (onde se procura dar a conhecer os produtos e serviços de que uma empresa dispõe a potenciais novos clientes, futuros empregados, parceiros, e por aí em diante), os *workshops* (que pretendem melhorar e desenvolver o conhecimento e valências dos empregados), o *team-building* (onde se dinamizam diversas atividades que contribuam para o aumento da comunicação e cooperação entre a equipa), as festas empresariais (nas quais se celebram datas importantes e marcantes para a empresa entre aqueles que a constituem), as inaugurações e lançamento de novos produtos (que pretendem atrair e criar curiosidade entre o público-alvo previamente definido pela empresa) e os eventos de caridade (que uma empresa promove de forma a angariar fundos para uma causa que defenda) (Hernández-Mogollón, 2014).

Tendo tudo isto em conta, torna-se evidente que os eventos corporativos e de negócios podem variar no seu âmbito e alcance, funcionando como um meio para promover a comunicação, os conhecimentos técnicos e profissionais, promover as relações empresariais, fomentar o espírito

de equipa, dinamizar a amostra de novos produtos e as celebrações inseridas no contexto empresarial (Oklobdžija, 2015).

Há ainda que ter em conta que estes eventos são meticulosamente planeados, seja por uma equipa interna específica ou por uma entidade exterior que é contratada para o propósito, conforme aqueles que são os objetivos da empresa. A avaliação do seu sucesso está, por consequente, dependente da capacidade de alcançar os mesmos, passem estes pela promoção das relações profissionais, pelo aumento da visibilidade da marca, pelo alcance de metas empresariais, entre outros.

Em Portugal um dos eventos que mais se destaca nesta tipologia é a Futurália que, tendo atraído quase 65 000 visitantes de 15 países diferentes em 2023, procura não só dar a conhecer a oferta educativa e formativa, como também promover a empregabilidade, sendo mesmo o seu mote “Ninguém Fica Para Trás. Educação Para Todos” (Fundação AIP, 2021).

Já os eventos políticos dizem respeito a acontecimentos e ocorrências significativas que ocorrem dentro do ramo político e de governança, tendo bastante influência no rumo que um país (e o mundo em geral) toma (Cardoso, 2013).

À semelhança das tipologias anteriores, estes eventos podem abranger diversos tipos de acontecimentos e atividades, entre as quais as eleições, as negociações políticas, os protestos, os conflitos, e outros, desempenhando um papel notório no que concerne à adoção de decisões, criação de políticas e aquela que é a opinião pública (Hernández-Mogollón, 2014).

Denote-se ainda que o planeamento destes eventos pode ser algo não previsto, já que podem surgir em resultado de catástrofes naturais ou crises humanitárias repentinas com implicações globais. Este foi o caso do Fórum Europeu para a Redução do Risco de Catástrofes que, tendo sido concretizado em Portugal em 2021, ressaltou que “as lições aprendidas com a pandemia Covid-19 ilustram a necessidade de repensar a forma de enfrentar crises simultâneas e complexas” (República Portuguesa, 2021).

Deste modo, entende-se que analisar e estudar esta tipologia de eventos é poder perceber a dinâmica levada a cabo por um determinado sistema político, é perceber como o governo exerce o seu poder, como cria e desenvolve as suas políticas e que relação e interação estabelece entre os vários atores que desempenham um papel nesse, com fim a responder às necessidades quotidianas da sociedade que representa.

Abordando os eventos culturais e de entretenimento, é de mencionar que nesta tipologia inserem-se todas as ocasiões e performances que celebram a cultura, seja de uma só comunidade ou de várias em conjunto. Com uma veia mais artística, tradicional e histórica, estes eventos costumam ser o reflexo das crenças, costumes e formas de viver da comunidade que os acolhe, o

que leva a que a oferta e variedade associada a esta tipologia seja consideravelmente mais expressiva face às restantes (Hernández-Mogollón, 2014).

Comumente representativos destes eventos surgem os festivais (que podem ter as mais diversas temáticas, das quais são exemplo a gastronomia, a religião, o cinema, a música, a literatura, entre outros.), os concertos (onde os artistas podem exprimir as suas mais díspares expressões musicais), as exposições (sejam de arte, pintura, escultura, e por aí em diante), os espetáculos de artes performativas (em que se inserem componentes da expressão cultural de uma sociedade, como é o caso do teatro e da ópera), as competições (focadas em atividades culturais), as feiras (muitas vezes temáticas, procurando celebrar épocas e culturas específicas) e os desfiles (que celebram datas culturais concretas) (Hernández-Mogollón, 2014).

Os eventos culturais possuem um papel crucial na preservação e promoção do património cultural, ao mesmo tempo que promovem a tolerância entre diferentes comunidades, já que possibilitam a troca de experiências e conhecimentos, sendo exemplo o Festival Serralves em Festa, considerado o “maior evento da cultura contemporânea em Portugal e um dos maiores da Europa” (Fundação Serralves, 2023).

Quanto aos eventos desportivos, denota-se que estes englobam todos os ajuntamentos que envolvem atletas, equipas ou pessoas a competir em atividades físicas, podendo ter uma dimensão local (tratando-se, por norma, de eventos mais recreacionais e amadores) ou internacional (englobando os eventos profissionais) (Cardoso, 2013).

Nesta tipologia é dado um meio aos atletas para exibirem as suas habilidades, promoverem entretenimento e, muitas vezes, também competirem por prémios e títulos específicos, seja em desportos de equipa (como é o caso do futebol e do voleibol) ou em desportos individuais (como o golfe e o ténis) (Oklobdžija, 2015).

Acrescente-se, ainda, que estas competições se desenrolam nos mais diferentes ambientes, nomeadamente em competições específicas de um dado desporto (em que se inserem, por exemplo, as maratonas, o *wrestling*, o surf, o voleibol, o futebol, o *bodyboard*, e por aí em diante), em campeonatos mundiais (onde são determinados os melhores atletas do mundo nos diferentes desportos), em Jogos Paralímpicos e Olímpicos (que acontecem de quatro em quatro anos e são das competições mais prestigiadas e esperadas a nível internacional) e em *E-sports* (as competições de videojogos) .

Para concluir, surgem os eventos religiosos que, por sua vez, se referem a todas as cerimónias cuja criação é movida pelas crenças e práticas religiosas de uma religião ou de uma comunidade (Cardoso, 2013).

A organização destes eventos possibilita não apenas festejar datas, feriados e rituais que sejam significantes neste meio, mas também incentiva à prática da fé e expressão das crenças religiosas de cada indivíduo, permitindo-lhes um tempo de reflexão interior, como acontece com eventos como as Jornadas Mundiais da Juventude (Oklobdžija, 2015).

Denotando-se como a tipologia onde talvez mais dissemelhanças haja entre os eventos que são organizados de contexto para contexto (atendendo às diferenças existentes entre cada religião e cultura), alguns exemplos desses passam pelas peregrinações (caminhadas até locais de fé que carregam em si um grande significado espiritual), pelos serviços sagrados (encontros onde é incentivada a partilha de conhecimentos religiosos, por meio de leituras, cânticos ou momentos de reza), pela celebração de rituais e dos sacramentos (que tencionam marcar as grandes transições que acontecem ao longo da vida, como são exemplo o Batismo, o Crisma e o *Bat Mitzvah*), pelos retiros espirituais (retratam encontros, por norma isolados de tudo, entre uma dada comunidade que procura ter um tempo para se focar na meditação e no crescimento espiritual), pelos dias de jejum (períodos em que dadas comunidades se abstêm de comer, beber e praticar atividades específicas) e pelos festivais (momentos que procuram celebrar tradições e marcos no calendário religioso) (Hernández-Mogollón, 2014).

Em forma de conclusão, há que referir que classificar e dividir os eventos em tipologias é algo muito complexo e consideravelmente subjetivo, já que esta classificação pode variar muito de autor para autor consoante a interpretação que cada um faça. Não obstante, é inegável a variedade e infinidade de possibilidades associadas à criação da oferta de um novo tipo de evento que permita responder à evolução da sociedade.

Capítulo III.

Os Eventos e o Turismo

III. Os Eventos e o Turismo

É inegável que o turismo tem tido um papel cada vez mais impactante na sociedade, apresentando uma importância social, cultural e económica crescente e imensamente diferenciadora no mundo e na forma como os destinos se apresentam e desenvolvem no dia a dia.

São diversas as atividades e iniciativas que podem ser promovidas do ponto de vista turístico para dinamizar um território. No entanto, e nos dias que decorrem, falar em turismo sem falar em eventos trata-se de algo quase impensável, tendo em conta que, seja por meio de um festival, de uma feira ou exposição, esta multiplicidade é tal que a associação entre ambos é inegável. Esta associação deve-se ao facto de esta ser uma combinação vencedora, no sentido em que é bastante perceptível o sucesso e capacidade de atração turística que os eventos apresentam quando corretamente dinamizados, conseguindo que numa determinada altura, que pessoas provenientes de todo o lado se reúnam num mesmo sítio com o mesmo propósito – o de aproveitar a experiência que lhes está a ser conferida no evento (Nogueira, 2018).

Foi nesse sentido que, em 1980, surgiu o conceito de turismo de eventos, que é entendido como o segmento do turismo que implica a deslocação de pessoas com o propósito de participar num “dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado”, sendo que a participação nestes “vem proporcionar (...) a troca de informações, a atualização de tecnologias, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial)” (Albuquerque, 2004, p. 20).

Não obstante, e indo ao *core* deste setor, à semelhança de todas as viagens que são realizadas com um propósito e interesse particular, o turismo de eventos deve ser analisado quanto a dois lados, nomeadamente o da procura e o da oferta.

Focando-nos no lado do consumidor (a procura), importa realçar que perceber esta perspetiva é ter de determinar quem é que viaja para atender um evento e porque é que o faz. Acrescente-se que é também preciso procurar saber as atividades que estes visitantes costumam realizar e os respetivos impactos económicos. Para finalizar, há que também proceder à avaliação do valor que um evento tem enquanto alavancador para a promoção da imagem de um certo destino, o *marketing* que permite fazer dos lugares e a possibilidade de se criar estratégias de *branding* em parceria com outros destinos (Fernandes, 2012).

Por sua vez, e focando-nos no lado da oferta, importa perceber que os destinos desenvolvem e promovem eventos das mais diversas tipologias, com o fim de atingir diversos objetivos. Estes passam pela cativação de turistas de todo o mundo, pela procura de investimentos que permitam a renovação urbana e a melhoria e aumento do número de estruturas (que,

consequentemente, aumentam a capacidade turística do destino), pela promoção de uma imagem positiva do destino e pela vontade de trazer mais vida ao destino no geral (Fernandes, 2012).

É aglomerando tudo isto que se entende que o turismo de eventos pode ser uma benesse no panorama geral do turismo, já que alguns dos seus objetivos primordiais passam por a) procurar proporcionar uma imagem positiva e favorável de um destino; b) atrair turistas não só a nível nacional, como também a nível internacional; c) promover a preservação e valorização dos locais, mas também das culturas, das tradições e do saber-fazer; d) dinamizar a vivência e contacto entre os residentes e os visitantes e; e) melhorar a economia e as condições adjacentes a um destino, por meio de novos investimentos que passam a ser possíveis ser feitos (Albuquerque, 2004).

Falar em turismo e em eventos, é falar também num meio de inclusão e apreço por todos os gostos e preferências, uma vez que o leque de oferta é inegavelmente muito vasto e procura receber turistas de todas as idades, classes e meios. Ora, isto faz com que este referido setor seja cada vez mais valorizado e se encontre em crescente expansão², o que resulta da constante inovação na maneira como os eventos são feitos. Procurando ser capazes de responder ao que o turista procura e às dificuldades com que nos vamos deparando, atualmente temos vindo a assistir à incorporação das tecnologias naqueles que são chamados os “eventos híbridos”³. Isto leva a que não só seja despertada curiosidade em relação aos eventos que se apoiam neste novo conceito (visto que os torna diferentes e inovadores), como também possibilita que os mesmos tenham um alcance global maior e sejam capazes de promover a inclusão de toda gente⁴, inclusive quem tem limitações físicas (Thadeu, 2021).

Desta forma, entende-se que existe uma ligação intrínseca entre os eventos e o turismo, uma ligação de proximidade e de interdependência entre ambos. Tal relação permite ver um resultado benéfico relativamente ao fortalecimento das relações que se estabelecem nas áreas social, estrutural, cultural e comercial, sem não deixar de se verificar um impulso no crescimento dos fluxos de deslocação e visita ao destino. Trabalhar este processo é, pois, a criação de experiências memoráveis que tornam a atividade turística genuína, autêntica, variada, marcante, inclusiva e diferenciadora (Marujo, 2015).

² Segundo a Revista do Empreendedor, em 2022 o mercado relacionado com a organização de eventos cresceu 273% face ao ano de 2021. (Revista do Empreendedor, 2022).

³ Eventos que combinam a experiência que se tem presencialmente com o mundo virtual, sendo o seu alcance maior. Este tipo de eventos permite que qualquer pessoa que não tenha possibilidade de se deslocar até o local também possa participar (Bússola, 2021).

⁴ No anexo 2 encontram-se mais detalhes acerca dos eventos híbridos.

III.1. A oferta de eventos no turismo

Cientes dos impactos possivelmente positivos e da capacidade dinamizadora que os eventos podem ter, torna-se evidente que as entidades promotoras do turismo, sejam do setor público sejam do setor privado, procuram qualquer oportunidade benéfica para criar e promover um evento que se coadune com aquela que é a procura e a vontade do turista (Costa, 2016).

Denote-se, ainda, que estes eventos podem englobar tanto atividades como atrações que tenham a capacidade para atrair turistas e proporcionar-lhes um tempo de entretenimento, com vista em providenciar experiências únicas e interativas que vão além dos típicos passeios turísticos.

Em termos de oferta é de notar que, consoante o evento em questão, pode haver um maior ou menor foco nos diferentes elementos inseridos nos diferentes tipos de património (Figura 2).

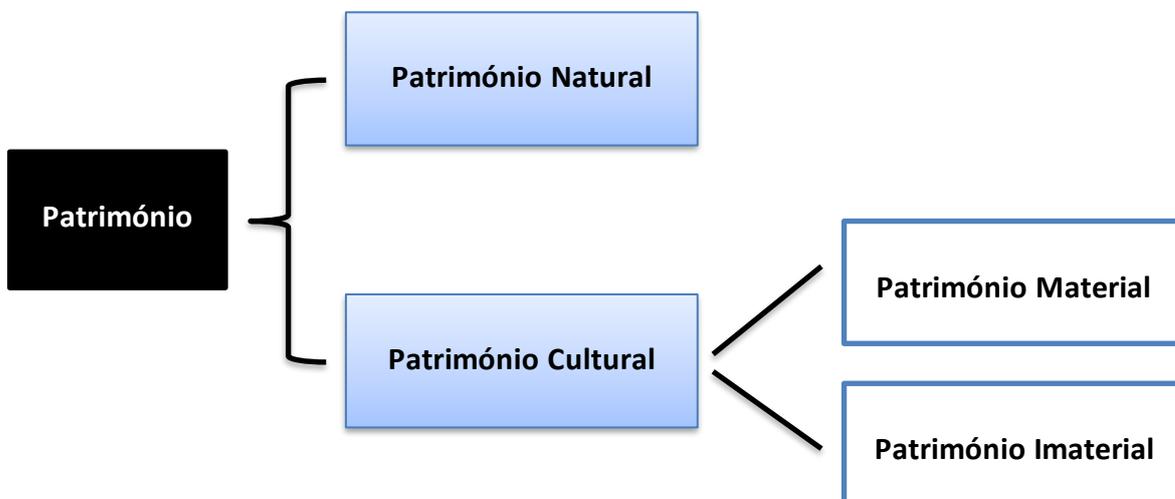


Figura 9 - Categorização dos tipos de património existentes.

Fonte: Elaboração própria a partir da UNESCO (1972).

Segundo a UNESCO, ao nível do património natural, esses elementos dizem respeito a

monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas (...), formações geológicas e fisiográficas e (...) zonas (...) que constituem habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas (...), locais de interesse naturais ou zonas naturais estritamente delimitadas, com valor universal excepcional do ponto de vista a ciência, conservação ou beleza natural (Unesco, 1972, p. 2).

Assim sendo, percebe-se que os eventos que criam oferta turística ao nível do património natural são aqueles que retiram partido do meio ambiente e dos seus recursos, de zonas de interesse natural e de contacto com espécies que vivam nestas zonas. Como exemplo deste tipo de oferta surgem, por exemplo, as competições de *geocaching*⁵ e os festivais de *birdwatching*⁶.

Quanto ao património cultural, os elementos que se inserem no mesmo passam pelos

monumentos. – Obras arquitectónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de carácter arqueológico (...), conjuntos. – Grupos de construções isoladas ou reunidos (...), locais de interesse. – Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico (Unesco, 1972, p. 2).

Tendo em conta esta definição, pode-se dizer que os eventos inseridos na criação de oferta turística relacionada com o património cultural são todos aqueles que, como se entende, acentuam e celebram o que de melhor a cultura, e todos os aspetos e celebrações inseridos na mesma, tem para oferecer. Contudo, dentro desse, e como se pode verificar no esquema anteriormente apresentado, existe o património material (que engloba tudo aquilo que é tangível, como as pinturas, esculturas e gastronomia e dos quais surgem eventos como as feiras de artesanato e os festivais de gastronomia) e o património imaterial (que abrange tudo o que é intangível, nomeadamente os costumes, crenças e tradições de uma comunidade, dando origem a eventos como as procissões religiosas e os festivais de música) (Bezerra, 2019).

Concluindo, a oferta de eventos no turismo eleva a capacidade de atração de um destino já que possibilita a diversificação da oferta de experiências aos seus visitantes, ao mesmo tempo que dinamiza o destino, lhe confere um maior destaque e competitividade face a outros e traz benefícios sociais, económicos e estruturais.

⁵ Trata-se de uma “atividade ao ar livre que funciona como uma espécie de “caça ao tesouro” no mundo real através de coordenadas GPS”. (Rodrigues M. V., 2017).

⁶ Trata-se de uma atividade recreacional que consiste na observação de aves sem, no entanto, interferir com o seu meio natural. (Câmara Municipal de Sesimbra, 2021).

III.2. Impactos da sazonalidade na oferta de eventos

A atividade turística não é constante ao longo de todo o ano, sendo as suas oscilações bastante perceptíveis de estação para estação, por meio das alterações no número de turistas, receitas económicas, grau de ocupação de alojamento, entre outros fatores. Resultante desta oscilação nas dinâmicas turísticas, surge o conceito da sazonalidade que, de uma maneira simplificada, pode ser interpretada como a

concentração dos fluxos turísticos em períodos determinados do ano, concentração de atividades, saturação de uso dos recursos, entre outros aspetos, causando picos na prestação de serviços e na presença de turistas (Henz, Leite, & Ruiz, 2014, p. 4).

Percebe-se, pois, que a sazonalidade apresenta um impacto significativo nos diversos destinos, atendendo a que existem alturas do ano em que se verifica o aumento dos fluxos turísticos. Ora, isto leva a que haja também um aumento da necessidade de usar mais recursos, ao mesmo passo que se verifica uma prestação de serviços mais continuada, podendo-se refletir na saturação e, no caso de uma má gestão, no *overtourism*⁷ no local em causa.

Em suma, a sazonalidade corresponde a um desequilíbrio temporal no fenómeno do turismo (Butler, 1994), desequilíbrio esse que consegue ser facilmente percecionado pela variação em fatores como o número de visitantes, os gastos que os mesmos têm no dado destino, o aumento do tráfego, na variação da taxa de emprego e no número de bilhetes vendidos para a visita das diversas atrações (Cannas, 2012).

Conquanto estas oscilações sejam bastante perceptíveis em determinadas alturas do ano, importa ressaltar que a sazonalidade não é algo espacialmente bem definido, uma vez que existem diversos fatores que a podem influenciar. Deste modo, e atendendo ao tipo de fatores a que nos referimos, a sazonalidade pode dividir-se em três tipos, nomeadamente a natural, a institucional e a comportamental (Nunes, 2021, p. 31).

No que concerne à sazonalidade natural, é de referir que esta se relaciona, como é perceptível, com aspetos que advêm da natureza. Dentro destes destaca-se a questão climática (e, mais concretamente, as amplitudes térmicas, a passível existência de precipitação e as variações

⁷ Conceito que diz respeito à massificação do turismo num dado destino, refletindo-se na “ausência de uma boa gestão e a presença de um desenvolvimento descontrolado” no mesmo (Capocchi, Vallone, Pierotti, & Amaduzzi, 2019, p. 8).

registadas na temperatura ao longo de todo o ano) e a geográfica (que engloba a localização de um destino e os recursos que tal acarreta e a ocorrência, ou não, de desastres naturais, desde terremotos, tsunamis, avalanches, etc.) (Nunes, 2021).

Por sua vez, é de referir que por detrás da sazonalidade institucional se encontra o calendário anual de festividades. Todos os anos cada pessoa tem direito a um determinado período de férias (seja a nível laboral, seja a nível escolar), bem como aos mais diversos feriados e dias de folga. Isto associado a datas comemorativas e a eventos característicos que tendem a atrair um público significativo, leva a que os grandes fluxos turísticos se verifiquem em alturas concretas, sendo exemplo disto o começo da época balnear e as festas comemorativas como o Carnaval, os Santos Populares e a Passagem de Ano (Nunes, 2021).

Para terminar, surge a sazonalidade comportamental que decorre de ambas as referidas já anteriormente, e que retrata aspetos mais inerentes a cada pessoa. Com tal, entenda-se o seu estilo de vida, os seus costumes profissionais, a tradição, as motivações e preferências pessoais, a pressão social e “o que está na moda” (Nunes, 2021).

Denota-se, então, a interligação dos três tipos de sazonalidade, uma vez que, por exemplo, se um determinado grupo de indivíduos se sentir mais cativado pela prática do turismo de sol e mar, existe uma maior probabilidade dos mesmos concentrarem o seu tempo de férias no verão, atendendo a que as condições climáticas são mais favoráveis à permanência e prática de atividades ao ar livre, influenciando, por consequente, a que se vá verificar uma maior afluência turística não só nesta altura, como também em destinos que possuam praias.

Procurando ilustrar esta relação, surge um ranking que avalia a vulnerabilidade de um destino baseado em dois indicadores: a sazonalidade e a intensidade turística (Figura 3). Através deste, conseguimos perceber que as regiões mais vulneráveis são aquelas que têm um maior número de turistas por habitante (correspondendo à intensidade) em períodos de tempo mais curtos (sazonalidade) (Silva, 2018, p. 111).

Interpretando a Figura 3, percebe-se que a cor verde representa a menor vulnerabilidade da escala, ao passo que, na ponta oposta, temos a cor vermelha a representar as regiões de maior vulnerabilidade. Seguindo esta corrente de pensamento de “quanto mais forte é a cor, maior a vulnerabilidade” da região por ela representada, entende-se que a cor amarela representa alguma vulnerabilidade e o cor-de-laranja uma vulnerabilidade já considerável e próxima daquele que é o risco máximo.

A nível europeu, e de uma forma generalizada, denota-se que os destinos que apresentam uma maior vulnerabilidade são os localizados na linha costeira, já que potenciam a prática de turismo de sol e praia, uma das vertentes mais procuradas.

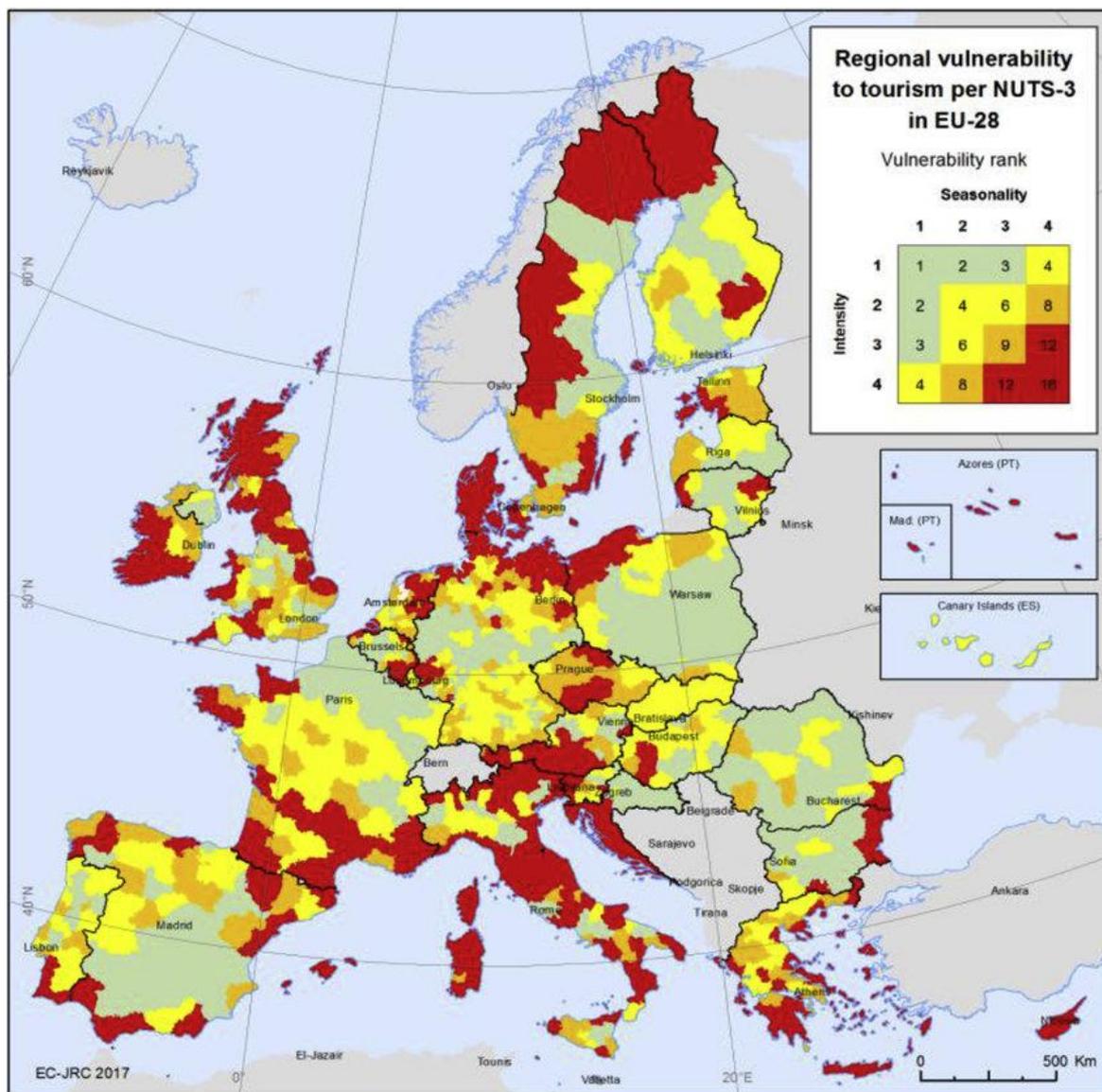


Figura 10 - Vulnerabilidade regional do turismo por NUTS-3 na EU-28.

Fonte: Filipe Batista e Silva, et. al (2018).

Portugal não é exceção neste cenário, sendo até bastante claras as oscilações turísticas que se registam ao longo de cada ano e que fazem perceber que, talvez pela sua localização privilegiada na linha costeira, se trata de um país procurado na época do verão, quando o clima é mais propício para a prática de atividades ao ar livre.

Segundo a Figura 4, percebe-se que o fator da sazonalidade se encontra bastante vincado em Portugal. Isto porque, todos os anos os dados são semelhantes, verificando-se que o mês de agosto é o mais forte a nível de turismo, seguindo-se os meses de julho e setembro. Refira-se, também, que os meses de junho, outubro, maio e abril são moderadamente turísticos (Instituto Nacional de Estatística, 2023).

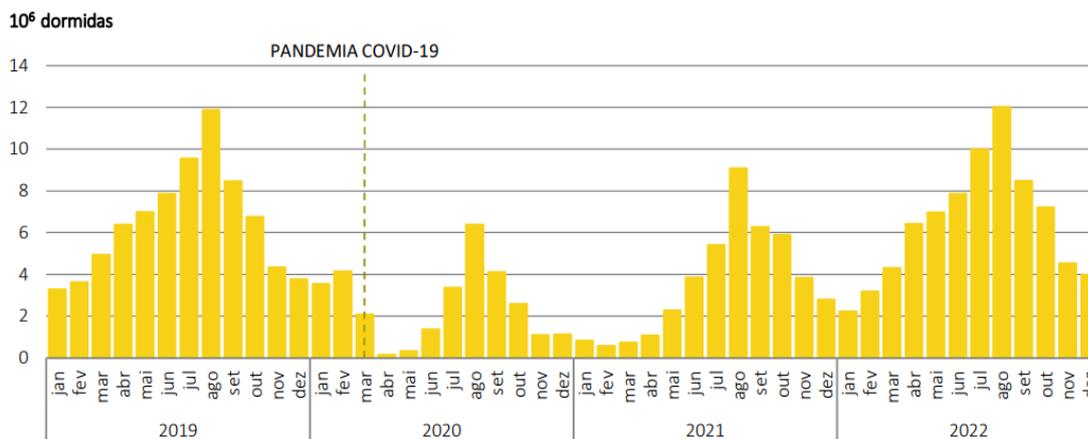


Figura 25 - Dormidas nos meios de alojamento turístico em Portugal, por mês, de 2019 a 2022.

Fonte: ine.pt

Conclui-se, pois, que a nível nacional pode-se considerar época baixa os meses que decorrem de novembro a abril, ao passo que entre maio e outubro é inegável o registo de um fluxo turístico em muito maior escala, sendo esta altura denotada como a de época alta. Durante estes meses, com a ausência de frio e chuva, as pessoas procuram sair mais de casa e explorar as atividades, locais e experiências que um país que beneficia de uma localização costeira tem para oferecer.

Até este ponto foi explanado o impacto que a sazonalidade tem no que concerne à procura turística, pelo que interessa agora perceber os impactos que a mesma tem no lado da oferta turística.

À semelhança do cenário apresentado até agora, também naquela que é considerada a época alta do turismo existe uma diferença facilmente percecionada em diversos aspetos, nomeadamente no *marketing* e na forma como se apresentam os produtos (por exemplo, no verão as cores que lhe estão associadas costumam ser mais alegres, vivas), como é feita a distribuição desses mesmos produtos (tendendo esta a aumentar) e nos preços (que aumentam na mesma medida da procura) (Guimarães & Santos, 2014).

Por sua vez, também o mercado de trabalho sofre alterações significativas, uma vez que, para fazer face ao aumento do turismo, são criados novos postos de trabalho temporário. Todavia, esta mão de obra normalmente menos qualificada (o que pode significar a diminuição da qualidade dos serviços prestados) (Butler, 1994).

Por fim, verifica-se também que as finanças das empresas costumam melhorar, já que existe um maior fluxo de caixa e o surgimento de novas oportunidades de investimento, assim como

se verifica uma dinâmica diferente na gestão de *stakeholders*⁸ e em todos os aspetos das operações turísticas (Baum & Lundtorp, 2001).

Tendo em consideração todos estes aspetos, é plausível de se entender que a organização de eventos também não é imune à sazonalidade, acabando ambas por estar bastante alinhadas. Por norma, naquela que é considerada a época alta, existem mais eventos a ser dinamizados, em especial porque as condições climáticas permitem levar a cabo a organização de grandes eventos ao ar livre, mas também porque, como referido anteriormente, é a altura em que existe uma maior tendência para a marcação dos períodos de férias de maior duração (Henz, Leite, & Ruiz, 2014).

Ainda assim, e apesar de ser inegável que na época baixa não existem tantos eventos a serem dinamizados, é inquestionável que esta área tem um grande potencial para esbater a sazonalidade e reverter um pouco esta questão da época baixa (o que se pode ver refletido, por exemplo, nas épocas festivas do Natal e da Passagem de Ano, que todos os anos atraem um número significativo de pessoas para fora das suas casas), fazendo aproveitamento de recursos e espaços interiores para a prática de atividades que não são levadas a cabo em outras alturas.

É, então, passível de se concluir que a sazonalidade, apesar de ter impactos notórios nos tempos da organização de eventos e na sua afluência, pode também ser impactada em sentido contrário. Ou seja, os eventos podem servir como um meio para combater este fator se organizados de forma apelativa já que, se se apresentarem como únicos e oferecedores de uma experiência autêntica, têm a capacidade de juntar turistas em grande escala num dado local.

III.3. Dinâmicas turísticas causadas pela dinamização de eventos

Como se foi dando a perceber, é incontestável a influência que dinamizar um evento tem para a atratividade de um destino e, conseqüentemente, para a alteração das dinâmicas turísticas.

Tais alterações, em primeira instância, percecionam-se logo no aumento do turismo no destino, já que um evento que seja bem dinamizado e divulgado, é capaz de atrair um número de visitantes fora do comum. Este aumento de pessoas num destino, por sua vez, leva a que o maior contacto com os residentes locais seja inevitável, o que incentiva a que haja uma partilha de comunicação e experiências em maior escala, tornando toda a experiência associada ao evento ainda mais única e genuína (Albuquerque, 2004).

⁸ Por definição, um stakeholder é entendido como “qualquer grupo ou indivíduo que é afetado ou pode afetar a concretização dos objetivos de uma organização”. (Freeman & McVea, 2001, p. 5).

Nesta linha de pensamento, verifica-se, por consequência, um aumento nas dormidas (como é exemplo o caso ilustrado na Figura 5) e no tempo que estas duram. Tal advém do facto de, para além de quererem atender o evento, os participantes procuram, igualmente, explorar o destino e praticar outras atividades.

PROVA DOS FACTOS

Booking já esgotou em Coimbra por causa dos Coldplay?

Francisco Veiga afirmou à RTP que a primeira data de concerto dos Coldplay na cidade já tinha esgotado a capacidade de reservas no Booking.



Figura 26 - Consequências no alojamento em resultado do concerto dos Coldplay em Coimbra.

Fonte: publico.pt

Como se torna evidente, tudo isto leva a que se verifique uma dinamização considerável da economia, atendendo a que não só existem gastos aumentados no alojamento⁹ por parte dos turistas, mas também no consumo de refeições, no uso dos transportes e na compra de recordações por parte dos participantes em geral (Pinheiro, 2020).

Todos estes pontos em conjunto contribuem, no caso de o evento ter sido bem-sucedido, não só para o reconhecimento do destino (atendendo a que a imagem que se cria deste é positiva e de prestígio, tornando-o mais atrativo em termos de futura visitaçã), bem como para o crescimento económico local (pois os lucros obtidos podem ser utilizados no sentido de desenvolver as condições sociais, estruturais e profissionais do destino) (Araújo L. , 2018).

De modo a concluir, é irrefutável o papel e influência que a dinamização de eventos tem na alteração das dinâmicas turísticas percecionando-se, no panorama geral, um balanço bastante positivo nesta *parceria*. Quando dinamizados de forma correta e ponderada, os eventos podem ser um meio bastante importante para não só impulsionar o comércio e vivência local, como também

⁹ O anexo 1 apresenta um relato de uma notícia que comprova esta questão.

variar e enriquecer a oferta ao nível do turismo, sendo ainda um meio para promover o convívio e a prática de valores como o respeito e a tolerância pelo próximo, independentemente da sua cultura, religião ou etnia.

III.4. Consequências da organização de eventos num destino

Organizar um evento, independentemente da sua tipologia, periodicidade, dimensão ou acesso, tem sempre consequências para o destino que o recebe, já que existe uma mudança imperativa da dinâmica usualmente verificada.

Tal dinâmica acarreta uma atenção e cuidados redobrados, atendendo a que leva a que os destinos não passem despercebidos já que a realização de

eventos de cariz empresarial, motivacional ou de lazer, é considerada um dos activos estratégicos do destino, com a capacidade de projectar a imagem do país, aumentar a notoriedade do destino nos mercados internacionais e gerar novas procuras e atractividades ao longo de todo o ano e em todo o território (Araújo L. , 2018).

Denota-se, então, que os eventos podem trazer ao destino que os promove diversos benefícios que ajudam no seu desenvolvimento, o que se reflete também em benefícios para o turismo em si.

Algumas destas consequências positivas, como se tem vindo a falar em pontos anteriores, passam pela maior dinamização da economia local (visível, por exemplo, no aumento da taxa de ocupação dos alojamentos locais e na maior frequência de sítios onde se possa desfrutar de uma refeição), por se verificar um maior reconhecimento do destino (o que, conseqüentemente, leva a que o mesmo se torne mais competitivo quando em comparação com outros, tornando-o um destino elegível para os turistas visitarem futuramente) e por tornar possível o maior contacto entre a população residente e os visitantes (o que incentiva à promoção de valores como a tolerância e o respeito e ao enriquecimento cultural pela troca de vivências) (Costa, 2016).

No entanto, existem outros benefícios que apresentam igual importância, nomeadamente o facto de serem criados novos postos de trabalho (atendendo a que a preparação, segurança e gestão de um evento durante a sua realização requer uma quantidade considerável de mão de obra), de haver um incentivo à criação e/ou melhoria das infraestruturas já existentes (uma vez que existe a necessidade de acomodar um número superior de pessoas e tornar os lugares mais

facilmente acessíveis a todos) e de se dar a oportunidade aos negócios e talentos locais para se darem a conhecer (seja através da exposição de produtos ou pequenas atuações que lhes trazem mais visibilidade) (Santos & Cordeiro, 2011).

Existem, ainda, outros dois grandes benefícios que a organização de eventos pode trazer, sendo eles a possibilidade de combate à sazonalidade (uma vez que existem inúmeros recursos que podem tornar viáveis a concretização de variados eventos ao longo de todo o ano, contrariando o *overtourism*¹⁰ que muitas vezes se verifica durante a época alta) e a maior preocupação com a sustentabilidade e impactos ambientais (tendo mesmo sido criada uma nova certificação – a de evento sustentável – para eventos que procuram adotar medidas *eco-friendly*¹¹), como é exemplo a Feira de São Mateus (Figura 6).



Figura 27 – Notícia acerca da certificação da Feira de São Mateus como evento sustentável.

Fonte: Peggada.

Apesar de haver estes vários benefícios, é indiscutível que também podem ser apontadas em igual escala diversas consequências negativas.

Em primeira instância, é imediato perceber-se um impacto ambiental não benéfico (porque, apesar de serem adotadas cada vez mais medidas na tentativa da sua diminuição, ainda se verifica uma quantidade considerável de resíduos deixados para trás e o aumento da poluição sonora causada pelos participantes, bem como o uso desmesurado de recursos naturais que os deixa sob pressão e em risco de continuidade para as futuras gerações), um congestionamento do tráfego e dos serviços em geral (atendendo a que existe uma massa de pessoas superior ao habitual a querer movimentar-se e a frequentar os diversos sítios na cidade) e o descontentamento por

¹⁰ Turismo massificado, que se traduz no aumento do número de turistas em tal escala que tem impactos negativos no destino, nos residentes e na experiência dos turistas em geral. (Orellana, 2022).

¹¹ Medidas amigas do ambiente, ou seja, medidas que são tomadas apenas após serem analisadas as consequências e impactos que as mesmas podem ter, no sentido de não prejudicar o meio ambiente.

parte dos residentes (uma vez que veem a sua rotina habitual sofrer alterações e, muitas vezes, se deparam com o aumento dos custos) (Moreira & Batista, 2009).

Para além destes problemas comuns, pode ainda surgir a preocupação acrescida com a segurança (que com uma concentração grande de pessoas requer a tomada de medidas extra para evitar quaisquer ataques ou problemas), o problema da apropriação cultural¹² (que pode levar a que a comunidade local se revolte por sentirem a sua cultura ser como que roubada) e a possível polarização dos benefícios económicos (atendendo a que os negócios que se encontram mais afastados do evento podem não reter tantos ganhos, devido a fatores como a distância e o corte de estradas) (Ferreira, et al., 2010).

À semelhança dos aspetos positivos, podem também surgir dois grandes aspetos negativos que não são tão comumente lembrados de imediato, em particular a questão da gentrificação¹³ (já que o sucesso notório de um evento é capaz de atrair novos investimentos, podendo afetar os já residentes do destino) e as preocupações direcionadas para a saúde pública (já que o grande ajuntamento de pessoas torna mais fácil a propagação de doenças, como se verifica na Figura 7) (Ferreira, et al., 2010).



Figura 28 - Notícia acerca da propagação do Covid-19 durante um evento.

Fonte: terra.com

De forma a condensar e resumir as várias consequências que os eventos têm num destino, foi elaborado o seguinte esquema (Figura 8).

¹² Acontece quando um indivíduo pertencente a uma cultura se apropria de elementos que pertencem a outra cultura do qual não faz parte, podendo levar a uma má representação dos seus costumes e tradições. (Marcello, 2023).

¹³ Diz respeito ao “movimento de chegada de grupos de estatuto socioeconómico mais elevado (...) O efeito é que essas áreas se tornam social, económica e ambientalmente valorizadas, sofrendo um processo de reabilitação, requalificação, ou renovação urbanas”. (Associação de Professores de Geografia, 2021).



Figura 33 - Resumo das consequências positivas e negativas da organização de eventos num destino.

Fonte: Elaboração própria a partir de Araújo L. (2018), Costa (2016), Ferreira et. al (2010), Moreira et. al (2009) e Santos et. al (2011).

Refira-se que, apesar da quantidade de consequências positivas ser equivalente à quantidade de consequências negativas, é inegável que as primeiras tendem a ser bastante mais perceptíveis e expressivas quando se organiza um evento, daí que o setor apresente um crescimento notório e constante.

Contudo, há que ter sempre presente um planeamento cuidado e uma atenção redobrada na organização de um evento para que se tente minimizar (ou mesmo dissipar) qualquer consequência negativa, procurando um equilíbrio e impacto positivo tanto para o ambiente, como para os participantes, os residentes e a entidade organizadora.

Capítulo IV.

A Organização e Gestão de Eventos em Portugal

IV. A Organização e Gestão de Eventos em Portugal

O setor da organização e gestão de eventos, atualmente, apresenta maior impacto e crescimento no turismo, estando, no entanto, presente na sociedade já há muitas décadas.

Apesar de mais tardiamente, Portugal também não foi indiferente a todas as dinâmicas e evoluções que se verificavam na vontade de organizar um evento, tendo no ano de 2000 surgido, com o licenciamento devido), a primeira empresa de organização e gestão de eventos – a Sílvia Carvalho Restauração (SCRestauração, 2015).

Atualmente, é passível de se notar o crescimento constante e expressivo deste setor, uma vez que o número de empresas ligadas à organização de eventos em Portugal totaliza as 1777 empresas, variando entre elas a tipologia e temática de evento em causa (Jornal de Negócios, 2023).

Como expectável, e como se pode ver na Figura 9, denota-se que os dois principais distritos do país – Lisboa e Porto – são os que mais empresas têm registadas no setor em causa, somando entre eles mais de metade do valor total. Não obstante, Lisboa distancia-se bastante do Porto já que apresenta quase o dobro do valor deste (704 *versus* 358, respetivamente), o que faz perceber a importância da primeira cidade para a relevância de Portugal no setor da organização e gestão de eventos (Jornal de Negócios, 2023).

· LISBOA (704 Empresas)	· LEIRIA (54 Empresas)
· PORTO (358 Empresas)	· VISEU (38 Empresas)
· SETÚBAL (134 Empresas)	· VIANA DO CASTELO (30 Empresas)
· BRAGA (116 Empresas)	· ILHA DE SÃO MIGUEL - PONTA DELGADA (26 Empresas)
· AVEIRO (82 Empresas)	· BEJA (23 Empresas)
· FARO (78 Empresas)	· GUARDA (23 Empresas)
· SANTARÉM (74 Empresas)	· VILA REAL (22 Empresas)
· COIMBRA (58 Empresas)	

Figura 34 - Lista de empresas registadas no setor da organização e gestão de eventos em cada distrito, a nível nacional.

Fonte: empresite.jornaldenegocios.pt

O facto de Lisboa ter um número muito superior de empresas pode ser explicado não só por ser a capital (conferindo-lhe uma maior visibilidade face a outros destinos portugueses), como

também por ter uma capacidade superior de receber um maior fluxo turístico (resultado de um número significativo de alojamentos, infraestruturas de grandes dimensões, uma maior acessibilidade, etc.), o que lhe confere uma competitividade bastante notória a nível nacional.

Contudo, e de um ponto de vista geral, isto demonstra que, no que concerne à sua capacidade de atração turística, Portugal ganha muito pela quantidade de eventos que organiza, atendendo a que estes atraem visitantes de cariz nacional e internacional. Para além do mais, devido à localização privilegiada e variedade de recursos que o país tem à sua disposição e que, por consequente podem ser usados na organização de eventos, torna-se possível alcançar uma dinâmica turística muito forte e diferenciada.

De modo a exemplificar esta situação, considera-se pertinente apontar alguns dos eventos que, nos anos de 2021 e 2022, tiveram a maior visibilidade e reputação a nível nacional e internacional. Para tal, foi tido em conta um estudo realizado pela OnStrategy que, de ano para ano, atribui aos eventos dinamizados em Portugal um valor numa escala total de 100 pontos (Tabela 2). Ora, esta escala é obtida por meio de duas abordagens, nomeadamente a quantitativa e qualitativa, sendo que na primeira são analisados indicadores inseridos na reputação emocional (onde se destacam aspetos como a relevância, preferência, admiração, consideração, confiança e recomendação, e em que são os participantes que têm a palavra final), ao passo que na segunda as marcas são identificadas de forma espontânea, sendo avaliadas a sua estratégia e a força que têm perante o público (OnStrategy, 2022).

Tabela 14 - Ranking dos eventos com melhor reputação em 2021 e 2022 em Portugal.

MUSIC EVENTS	2021	2022	SPORTS EVENTS	2021	2022
NOS ALIVE	73,5	76,4	TAÇA DE PORTUGAL FUTEBOL	69,3	70,1
ROCK IN RIO	74,1	73,6	VODAFONE RALLY DE PORTUGAL	68,2	69,0
MEO SUDOESTE	72,5	72,8	MEIA - MINI MARATONA LISBOA	66,8	67,4
SUPER BOCK SUPER ROCK	70,8	72,2	VOLTA A PORTUGAL BICICLETA	70,5	66,0
VODAFONE PAREDES COURA	71,4	71,7	LIGA MEO SURF	60,1	64,9

Fonte: OnStrategy

Como se pode verificar na Tabela 2, em primeiro lugar do ranking dos eventos musicais com melhor reputação, surge o Nos Alive (com uma média de 74,95 pontos), enquanto que em primeiro lugar dos eventos desportivos surge a Taça de Portugal de Futebol (com uma média de 69,70 pontos).

Denote-se que, juntando as duas tipologias de eventos apontadas, os eventos mais procurados pelos turistas e com melhor feedback são aqueles que celebram a música e proporcionam o contacto com o mais diverso tipo de artistas. Isto porque, a nível geral, após o Nos Alive (Figura 10), em segundo lugar surge o Rock in Rio (com uma média de 73,85 pontos) e em terceiro, e com uma pontuação não muito distante, o Meo Sudoeste (com uma média de 72,65 pontos).



Figura 47 - Afluência de pessoas no Nos Alive.

Fonte: nosalive.com

Torna-se, pois, evidente que existe um registo de uma média superior em todos os eventos musicais quando em comparação com os eventos desportivos, pelo que,

sendo a música encarada como o melhor veículo de socialização e de festividade; não sendo instrumentos polarizadores mas sim agrupadores os eventos musicais são mesmo os mais desejados e valorizados pelos cidadãos e de uma forma transversal às diferentes idades (...) (OnStrategy, 2022).

Tendo isto presente, torna-se interessante perceber a relevância que os eventos com atuações ao vivo, como são exemplo os concertos e as exibições de teatro, têm na cativação de espetadores (Figura 11).

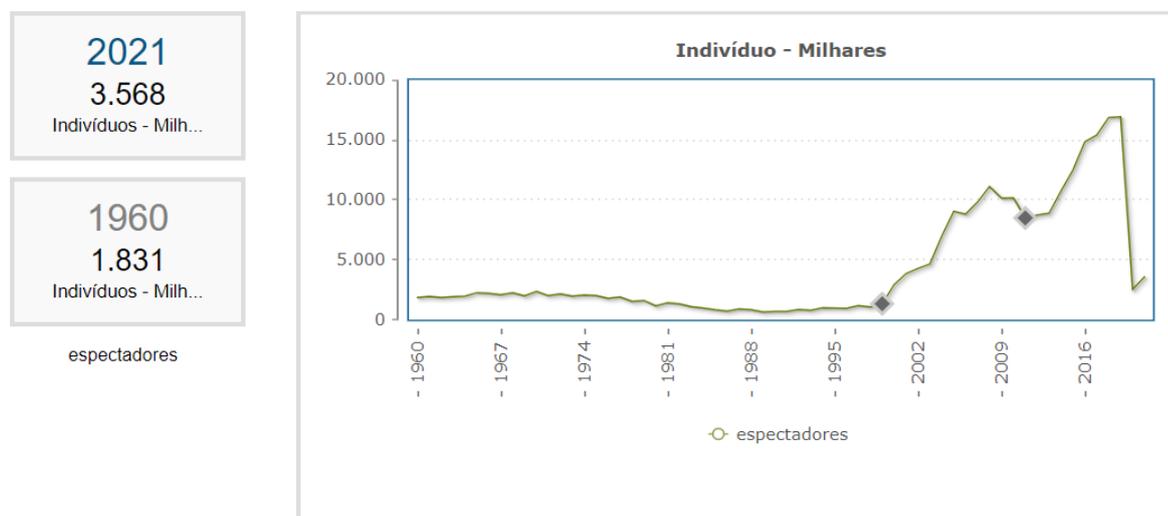


Figura 48 - Número de espetadores em diversos eventos artísticos ao vivo.

Fonte: pordata.pt

Como se pode concluir pela análise da Figura 11, nas últimas décadas os eventos com atuações ao vivo têm atraído um número cada vez mais expressivo de pessoas, denotando-se um crescimento exponencial quase constante a partir de 1999.

Refira-se que as únicas duas interrupções no crescimento mencionado foram em 2008 e 2020, interrupções essas explicadas, respetivamente, pela crise económica internacional que levou a que Portugal registasse quebras significativas do PIB e um grande aumento do desemprego, e pelo surgimento da pandemia Covid-19 que levou ao confinamento do país e ao cancelamento dos demais eventos.

Há ainda que se verificar que o ano mais forte ao nível da presença nestes eventos foi em 2019, com um total de quase dezassete mil espetadores. Tal dado coaduna-se com o cenário que se verificava nesse mesmo ano, que ficou registado como um dos mais intensos em termos de atividade turística em Portugal.

Analisado o número total de espetadores, importa também analisar a proporção desses com o número de bilhetes comprados ou oferecidos para assistir aos diversos espetáculos ao vivo (Figura 12).

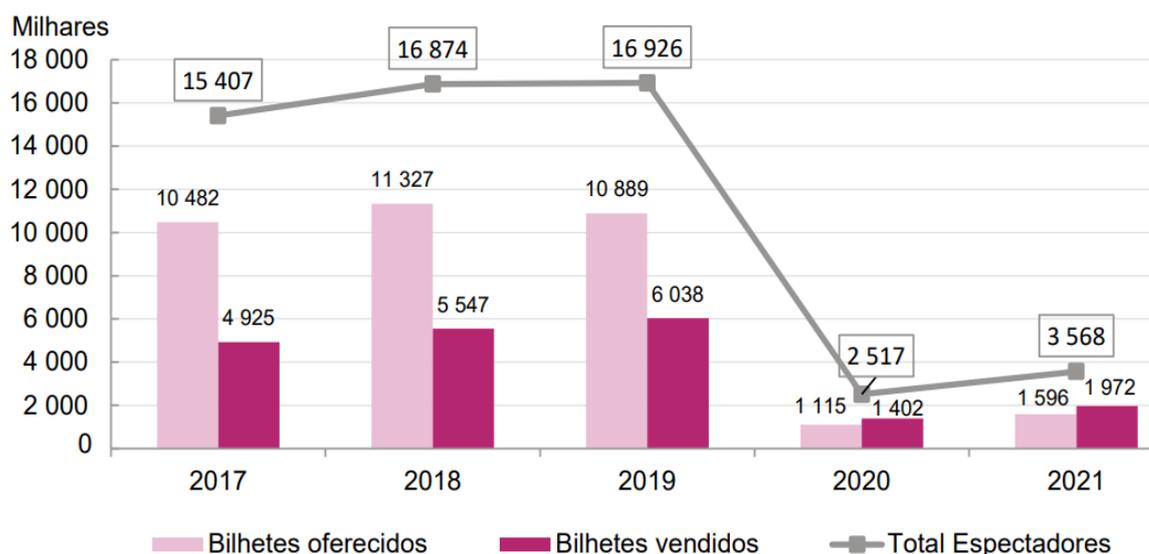


Figura 65 - Bilhetes vendidos, bilhetes oferecidos e total de espectadores em espetáculos ao vivo (n.º) entre 2017 e 2021.

Fonte: ine.pt

Tendo a Figura 12 como referência, é de salientar a diferença considerável, em anos “normais”, na quantidade de bilhetes que são oferecidos (que é bastante superior) com a quantidade de bilhetes vendidos, cenário esse que se reverteu nos anos em que nos confrontávamos com uma pandemia (que estava a impactar negativamente a economia de uma forma que já não se via há muito tempo).

Entenda-se que, para além da quantidade de bilhetes vendidos ser superior aos oferecidos, percebe-se também a pouca adesão que houve, já que os valores são significativamente baixos, o que só confirma a proporção das consequências que o isolamento trouxe, estando essas especialmente associadas ao medo de sair de casa e de estar em contacto com outras pessoas. Isto porque, após tanto tempo sujeitos à privação da rotina que, outrora, era tomada como garantida, as consequências psicológicas também se tornaram notórias.

Tabela 34 - Espetáculos ao vivo: Total das sessões, bilhetes, espetadores, receitas e preço médio entre 2011 e 2020.

	Total de sessões	Total de bilhetes vendidos	Total de bilhetes oferecidos	Total de espetadores	Total de receitas de bilheteira	Preço médio total dos bilhetes vendidos
	N.º				Euros	
2011	25 871	3 424 615	5 059 680	8 484 295	55 721 268	16,3
2012	27 566	3 450 148	5 281 141	8 731 289	65 579 424	19,0
2013	29 385	3 784 874	5 096 097	8 880 971	60 011 339	15,9
2014	29 666	4 303 051	6 426 529	10 729 580	70 470 309	16,4
2015	28 466	3 866 197	8 620 327	12 486 524	59 596 129	15,4
2016	32 182	4 877 528	9 955 317	14 832 845	84 987 511	17,4
2017	33 404	4 924 983	10 482 248	15 407 231	82 910 907	16,8
2018	36 620	5 546 727	11 326 889	16 873 616	109 010 598	19,7
2019	37 049	6 037 822	10 888 589	16 926 411	125 314 014	20,8
2020	14 951	1 401 636	1 115 392	2 517 028	24 920 054	17,8

Fonte: ine.pt

Com a questão de, à exceção dos anos pandémicos, haver mais bilhetes a serem oferecidos do que vendidos, surgiu a questão de se o lucro obtido seria significativo ou não e, como se pode retirar da Tabela 3, existe uma margem lucrativa bastante elevada, denotando-se que a mesma estava numa tendência crescente até 2020.

Na mesma ótica, é também perceptível que, à exceção do ano de 2020, o número de espetadores tem sido recorrentemente crescente e bastante notório, não sendo, porém, diretamente proporcional ao total de receitas geradas nas bilheteiras, que vão oscilando um pouco. Não obstante, não deixa de ser interessante notar que o ano de 2019 pode ser mesmo considerado o melhor ano para os espetáculos ao vivo, já que foi o ano que não só teve o maior número de espetadores, como também foi o ano que gerou mais receitas de sempre. Ora, isto só demonstra o quanto as pessoas têm valorizado mais os espetáculos e a cultura e, apesar de ainda não haver dados referentes ao ano de 2022, é plausível esperar-se que haja um crescimento ainda maior na adesão por parte das pessoas, atendendo a que o cenário pandémico acalmou (e não só se tem vindo a recuperar a dinamização dos eventos anteriormente organizados por completo, como também se percebe uma maior vontade da população em aproveitar e participar naquilo que lhes foi privado antes).

IV.1. Organização e gestão de eventos no Litoral e no Interior da Região Centro

Focando-nos agora na Região Centro, começa-se por analisar o número de espetáculos ao vivo organizados do último ano em que há registo de dados – 2021 (Tabela 4).

Tabela 54 - Espetáculos ao vivo: Total das sessões, bilhetes vendidos e oferecidos, espetadores, receitas e preço médio, por região (NUTS II) em 2021.

Âmbito geográfico	Total de sessões	Total de bilhetes vendidos	Total de bilhetes oferecidos	Total de espetadores	Total de receitas de bilheteira	Preço médio total dos bilhetes vendidos
	N.º				Euros	
2021						
Portugal	24 469	1 972 465	1 595 764	3 568 229	27 994 277	14,2
Continente	23 458	1 922 838	1 529 811	3 452 649	27 561 797	14,3
Norte	5 701	578 243	467 204	1 045 447	6 589 382	11,4
Centro	5 852	208 489	479 853	688 342	1 925 035	9,2
Área Metropolitana de Lisboa	8 967	1 019 947	345 647	1 365 594	17 785 047	17,4
Alentejo	1 733	42 918	142 179	185 097	483 123	11,3
Algarve	1 205	73 241	94 928	168 169	779 210	10,6

Fonte: ine.pt

Como é possível verificar, a região Centro é a segunda região onde se organizam mais espetáculos ao vivo (sendo apenas ultrapassada pela área metropolitana de Lisboa). Contudo, ao nível do número total de espetadores, é de referir que esse número fica muito aquém do esperado, já que não só o valor é significativamente baixo, como é ultrapassado pela região Norte (que dinamiza menos espetáculos ao vivo). Tal pode ser explicado por diversos fatores, entre os quais, os eventos apresentarem menores dimensões (não conseguindo aglomerar tanto público num só espaço), serem mais curtos, serem direcionados para um público-alvo mais específico, não serem interessantes o suficiente para cativar mais pessoas, ou apresentarem valores mais elevados do que aquilo que o público está disposto a pagar.

Não obstante, não se pode negar a riqueza e as possibilidades de dinamização de eventos existentes quando se tem em vista o que de melhor o Litoral e o Interior da Região Centro têm para oferecer. Isto porque, seja ao nível de experiências ligadas ao mar e à praia, seja à natureza e história, torna-se evidente o potencial que a Região Centro tem em diversificar e criar ofertas que consigam responder às mais variadas exigências e vontades que os turistas têm.

É tendo isto em vista que foram selecionadas duas cidades – a Figueira da Foz, no Litoral, e Tomar, no Interior – para analisar o impacto e a satisfação dos residentes e visitantes perante os eventos que são dinamizados em cada um desses territórios.

IV.1.1. Contextualização da Figueira da Foz

A Figueira da Foz trata-se de um destino que, devido à sua "beleza natural ímpar, de património histórico e cultural, de sabor e riqueza gastronómica, de gentes com calor humano e de qualidade de vida convidativa" (Câmara Municipal da Figueira da Foz, 2023, p. 1), tem vindo a ser cada vez mais procurado.

Com quase 380 km² de área total e 18 freguesias na sua constituição, a Figueira da Foz beneficia de uma localização privilegiada, já que, situada no centro de Portugal e na sub-região do Baixo Mondego, encontra-se a 180 km de Lisboa, a 120 km do Porto e a 40 km de Coimbra (Figura 13). A cidade, conhecida como a Rainha da Costa de Prata, pertence, pois, ao distrito de Coimbra e é limitada pelo município de Cantanhede a Norte, pelos de Montemor-o-Velho e Soure a Leste, pelo de Pombal a Sul e pelo Oceano Atlântico a Oeste (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015).

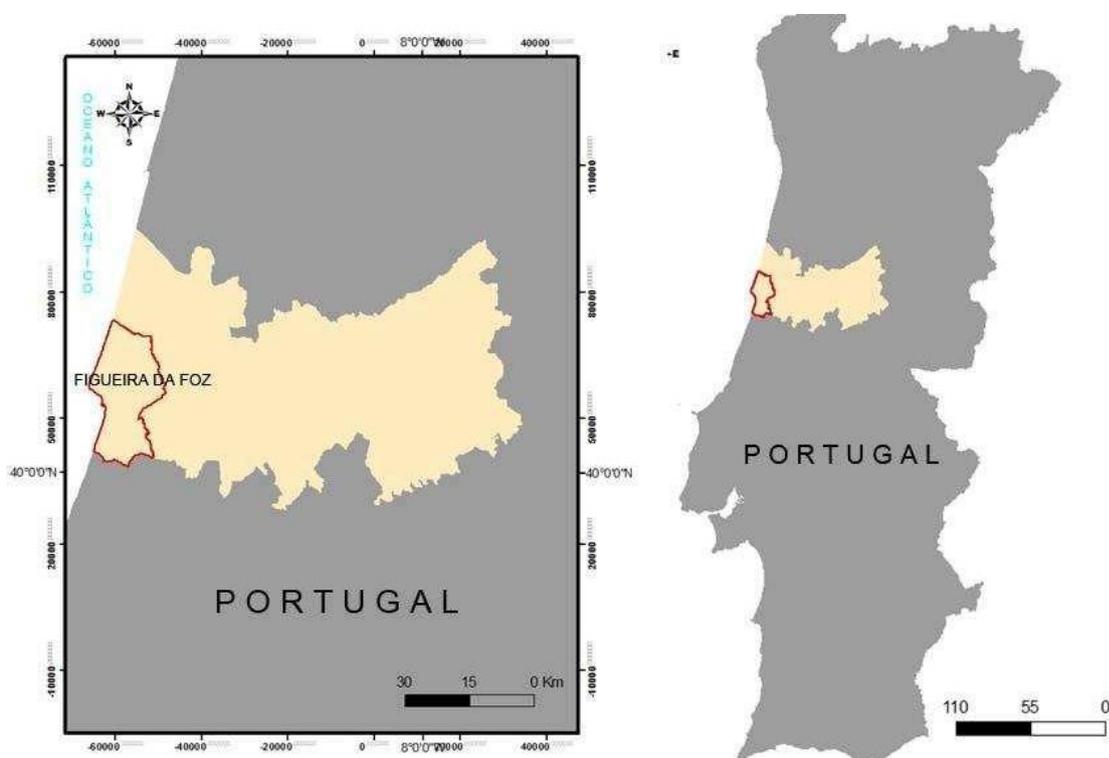


Figura 85 - Localização geográfica do município da Figueira da Foz.

Fonte: ResearchGate

De modo a obter-se uma representação fidedigna da contextualização social da Figueira da Foz, é essencial consultar os Censos¹⁴ (Tabela 5), sendo que os dados mais recentes datam de 2021.

Tabela 80 - Censos relativos à população residente na Figueira da Foz.

	1960	1981	1991	2001	2011	2021
População residente	57.631	58.559	61.555	62.601	↓62.125	58.951
Taxa de crescimento anual médio da população (%)	-	-	0,5	0,2	↓-0,1	-0,5
Densidade populacional Nº médio de indivíduos por Km²	152,0	154,5	162,4	165,1	↓163,9	155,5
Jovens (%) menos de 15 anos	26,1	23,1	17,9	13,6	↓13,0	11,2
População em idade ativa (%) 15 aos 64 anos	64,8	64,2	66,6	66,9	↓64,2	60,5
Idosos (%) 65 e mais anos	9,1	12,7	15,5	19,5	↓22,8	28,3
Índice de envelhecimento idosos por cada 100 jovens	34,9	55,2	86,4	143,8	↓175,7	253,0
Pessoas que vivem sós (%) (1)	3,2	4,8	4,7	6,2	↓8,9	↓11,2

Fonte: Pordata.

Tendo em conta os dados apresentados, um dos primeiros aspetos a referir é o facto da população residente na cidade (cerca de 59 000 pessoas) apresentar uma tendência de decréscimo, sendo que a taxa de crescimento médio anual apresenta mesmo um valor negativo que se demarca como sendo o pior dos últimos 30 anos. Todavia, o balanço mais negativo que se obtém da análise dos dados passa pelos indicadores relativos à percentagem de jovens e idosos existentes. Isto porque, não só o número de jovens se encontra numa diminuição acentuada, como também, em proporcionalidade inversa, se encontra o aumento do número de idosos.

Ora, isto acarreta diversas consequências (potencialmente) menos benéficas para a Figueira da Foz, entre as quais o envelhecimento demográfico da população (sendo os valores do índice de envelhecimento da população significativamente elevados para um espaço temporal de apenas 10 anos), a diminuição da mão de obra existente (pois com o avançar dos anos há menos pessoas que se encontram em idade ativa) e o aumento do isolamento da população (uma vez que, numa população envelhecida, os idosos tendem a viver sozinhos).

Outro fator que impacta e influencia bastante o contexto social de uma cidade é o acesso à educação (Tabela 6) e também à saúde.

¹⁴ Referem-se às “maiores operações estatísticas realizadas em qualquer país do mundo; destinam-se a obter informação sobre toda a população residente, as famílias e o parque habitacional”. (Instituto Nacional de Estatística, 2023).

Tabela 100 - Censos relativos à educação da população da Figueira da Foz.

	1960	1981	1991	2001	2011	2021
População analfabeta não sabe ler nem escrever	-	9.638	6.442	5.817	↓3.413	1.850
População com o 4º ano (%) com 15 e mais anos	25,8	34,3	-	27,9	↓26,5	22,9
População com o 6º ano (%) com 15 e mais anos	-	10,6	-	13,2	↓11,2	8,9
População com o 9º ano (%) com 15 e mais anos	-	7,3	-	16,9	↓19,6	18,5
População com o 12º ano (%) com 15 e mais anos	2,9	2,9	-	13,4	↓16,0	23,7
População com o ensino médio (%) (3) com 15 e mais anos	-	1,0	-	0,7	↓0,8	1,0
População com o ensino superior (%) com 15 e mais anos	0,5	1,6	-	7,0	↓13,6	18,6

Fonte: Pordata.

Começando pela educação, denota-se que existe uma baixa incidência de pessoas analfabetas na Figueira da Foz (indicador esse que foi melhorando significativamente ao longo dos anos), sendo este um ponto bastante positivo por se tratar de uma população envelhecida. Outro aspeto a destacar (face aos anos anteriores) é que a maioria da população figueirense tem o 12.º ano, o que, até 2021, não se verificava já que a maioria da população apenas tinha o 4.º ano. Na mesma linha de análise, importa salientar o crescimento constante e significativo que se tem verificado no número de pessoas que possui ensino superior, não havendo um distanciamento muito grande em relação às pessoas com o 12.º ano. Conclui-se, assim, a importância crescente que se tem dado à educação e a capacidade, essencialmente económica, em conseguir que a população prossiga os seus estudos.

Já ao nível da saúde, verifica-se que a cidade também apresenta uma preocupação crescente em fornecer os serviços e espaços necessários para responder aos cuidados de saúde, especialmente primários, de que a população precisa, uma vez que

a Comissão Executiva do Serviço Nacional de Saúde (CESNS) anunciou (..) a constituição de sete novas Unidades Locais de Saúde (ULS) no país (...). A Figueira (...) será a sede daquela que foi atribuída ao Baixo Mondego, a única destinada ao Distrito de Coimbra. No caso da Figueira da Foz, o HDFS está no topo de uma pirâmide que inclui Cuidados de Saúde Primários (...) (Alves, 2023, p. 1).

Com um território repleto dos mais variados recursos e espaços, a Figueira da Foz consegue tirar proveito de diversas atividades que dinamizam e diferenciam bastante a sua economia.

Primeiramente, há que destacar a indústria, já que a cidade é reconhecida como “o mais importante centro industrial da região, contando com um conjunto muito significativo de unidades do sector transformador nos mais diversos sectores (papel, celulose, moldes, vidro, indústria alimentar, etc)” (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015, p. 1). Assim, este polo industrial não só permite o estabelecimento de novos negócios e empresas que encontram na área as infraestruturas que precisam para o seu crescimento, como também permite a criação de novos postos de trabalho e a fixação de pessoas.

Da mesma maneira, a indústria promove ainda a melhoria das condições estruturais e de acessibilidade (atendendo à necessidade de existirem ligações rodoviárias que permitam a fácil e rápida conexão às diversas empresas, bem como de ligações marítimas que, através do porto marítimo, possibilitem uma receção e expedição prática de mercadorias e matérias-primas) contribuindo, assim, para o desenvolvimento da cidade e para a melhoria da qualidade de vida que lhe está adjacente (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015).

Entende-se, pois, o porquê de a indústria ser tão valorizada e ter “o apoio incondicional do Município, da cidade e de todos os organismos que a representam” que procuram trabalhar na “constante modernização e competitividade do (...) tecido empresarial” (Câmara Municipal da Figueira da Foz, 2023).

Como seria de esperar, devido à sua localização costeira, outra fonte de atividade económica forte na cidade é o mar e tudo o que dele se pode retirar diretamente, o que o constitui, nos dias que decorrem, como um “dos mais promissores vectores de desenvolvimento da cidade e de todo o concelho” (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015, p. 1).

Dentro destas atividades económicas surgem, de um ponto de vista gastronómico e de produção, a pesca, a salicultura e a aquacultura, ao passo que, de um ponto de vista de lazer, surge a prática de desportos ligados ao mar (como o *surf* e o *bodyboard*). Refira-se ainda que, no que concerne à salicultura, este ano a produção artesanal de sal da cidade foi mesmo classificada como Património Cultural Imaterial da Humanidade (Figura 14) e, por sua vez, a aquacultura da Figueira da Foz foi a primeira da Península Ibérica a produzir enguias (Bom Dia Europa, 2015).

À semelhança da indústria, todas estas atividades permitem estabelecer relações comerciais e criar novos postos de trabalho, dinamizando e enriquecendo a cidade, ao mesmo tempo que lhe traz destaque.

Produção artesanal de sal na Figueira da Foz já é Património Cultural Imaterial

A produção artesanal de sal na Figueira da Foz, que remonta ao século XII e cuja recolha é inteiramente feita à mão, foi inscrita no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial.

Fugas e Lusa

19 de Julho de 2023, 13:40

Receber alertas



Figura 93 - Destaque da aquacultura na Figueira da Foz ao nível da Península Ibérica.

Fonte: Bom dia Europa.

Tendo por base a história do turismo, com o desenvolvimento do segmento balnear, com as diferentes paisagens e com os recursos que a Figueira da Foz dispõe, também o turismo surgiu como uma das principais atividades económicas que fortalecem a cidade e continuamente a colocam no radar enquanto destino nacional e internacional.

Deste modo, entende-se que, “com um vasto leque de atividades económicas e oportunidades de investimento, a Figueira da Foz apresenta-se assim como um local extremamente atrativo para futuros investidores” (Câmara Municipal da Figueira da Foz, 2023).

Pensar na Figueira da Foz e não falar em turismo é muito difícil, já que a primeira imagem que surge, a quem pensa na cidade, são as praias e a vida noturna.

Como referido no ponto anterior, o turismo é uma das principais atividades económicas que sustentam a cidade, dando origem, anualmente, a novos serviços, estruturas e postos de trabalho anualmente (Câmara Municipal da Figueira da Foz, 2023, p. 1).

Tabela 108 - Número total de dormidas na Figueira da Foz de 2019 a 2022.

	Número de dormidas nos alojamentos turísticos (Total)			
	2019	2020	2021	2022
Portugal	70 158 964	25 798 299	37 332 422	69 694 791
Continente	60 423 962	22 702 387	31 480 167	58 856 227
Centro	7 134 863	3 362 011	4 452 462	7 117 656
Região de Coimbra	1 536 903	715 767	938 655	1 482 057
Figueira da Foz	322 319	162 173	227 967	333 720

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

Segundo a Tabela 7, entende-se que o número de dormidas na Figueira da Foz, quando em comparação com a Região Centro, é relativamente baixo. No entanto, e focando-nos no ano de 2022, esse número de dormidas na Figueira da Foz corresponde a cerca de 23% do número total de dormidas na Região de Coimbra, o que faz perceber que a cidade tem algum peso na dinamização da atividade turística no território. Refira-se ainda que, excetuando-se os anos de 2020 e 2021 (que, devido à pandemia, sofreram uma quebra expressiva nos indicadores turísticos), o número de dormidas na Figueira da Foz tem vindo a aumentar de ano para ano.

Como base para a constante evolução desta atividade turística surgem diversos recursos, sendo que o primeiro que se destaca, por si, só são as praias que apresentam mesmo “o maior areal urbano do país” (Lusa, 2012, p. 1), incentivando à prática do turismo de sol e praia. Atendendo a que Portugal usufrui de um clima mediterrânico (ou seja, quente durante a época de verão), a Figueira da Foz torna-se apelativa para todos aqueles que querem usufruir de umas férias relaxantes e que podem optar ora por praias urbanas, ora por praias semisselvagens (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015).

Enriquecida pelas vistas únicas proporcionadas pelo areal e pelo mar, surge também a marginal que, desenvolvida de forma a receber diversos recursos ao longo de toda a avenida, convida as pessoas a dar um passeio, a praticar um desporto que se coadune com as faixas de circulação (como o *skateboarding* e o ciclismo), ou a usufruir de uma das várias esplanadas associadas aos demais cafés e restaurantes à beira-mar.

Da mesma forma, surgem também os espaços verdes da cidade, nos quais se destacam a Serra da Boa Viagem e a sua cascata, as Lagoas de Quiaios e do Bom Sucesso e o Parque das Abadias. Nestes não só é possível passear e fazer um piquenique, mas também praticar diversos desportos (inclusivamente de aventura), encontrar vestígios jurássicos e apreciar as paisagens únicas que os miradouros estrategicamente desenvolvidos conferem.

Como vetor incontornável, surge também o mar como meio para a prática de variados desportos, em que o “Surf e o Bodyboard são os desportos de eleição e aqui destacam-se as praias do Cabedelo e a Murtinheira” (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra, 2015, p. 1). Para além do mais, também a praia de Buarcos tem o seu destaque, já que tem “a onda direita mais longa da Europa” (TCP/ARPT Centro de Portugal, 2023, p. 1). Ainda inserido nos recursos naturais, há que salientar igualmente as salinas onde se pode não só assistir e participar na apanha e produção do sal, como também visitar as salinas, as diferentes estruturas que lhe servem de apoio e o Núcleo Museológico do Sal.

Por outro lado, a Figueira da Foz usufrui de uma vertente gastronómica muito forte e característica, resultante da sua forte ligação ao mar. Assim, algumas das especialidades da cidade

passam por pratos como o Arroz de Sardinha e a Raia de Pitau. Os doces são também uma referência, sendo que nestes o maior destaque vai para as Brisas da Figueira e para as Enguias Doces, sobremesas estas perfeitamente acompanhadas por um copo de Sol Engarrafado.

Por sua vez, há que referir ainda o património cultural que, através de uma programação trimestral de artes e espetáculos, dá a conhecer um pouco da história e vivência dos Figueirenses, destacando-se nestes o Palácio de Sotto-Mayor, o Forte de St^a Catarina e o seu espelho de água, o Centro de Artes e Espetáculos e o Museu Municipal Santos Rocha.

Para terminar, há que referir os espaços de entretenimento e animação noturna que, localizados maioritariamente no Picadeiro, atraem, todos os anos inúmeros visitantes. Falamos de bares, cafés, restaurantes, discotecas e do Casino da Figueira da Foz, que proporcionam noites únicas e de muita diversão para todo o tipo de gostos (Câmara Municipal da Figueira da Foz, 2023).

Os eventos dinamizados são também um forte polo de atração turística, uma vez que cativam público não só a nível nacional, mas também internacional.

Ora, nesta perspetiva, pensar na Figueira da Foz é fazer a sua associação direta com o RFM Somnii que, realizado na cidade desde 2013, gera uma dinâmica turística muito forte e marcante. Só em 2019, por exemplo,

as entradas registadas (...) ultrapassaram as 90 mil pessoas, ao longo dos três dias, isso teve um impacto direto de mais de 10 milhões de euros na economia da Figueira da Foz (Lusa, 2022, p. 1).

Ainda inserido nesta temática dos Festivais de praia, surge também o BR Fest que, mesmo tendo tido a sua primeira edição este ano, “fez história ao juntar milhares de pessoas naquele que foi o maior evento de sempre dedicado à música brasileira em Portugal” (MOT, 2023, p. 1).

Ao nível desportivo, são também dinamizados grandes eventos na cidade. Ainda assim, é o Figueira *Beach Games* que tem uma posição de destaque considerável, já que engloba várias competições de desportos de praia e atrai participantes de todo o mundo. Dentro dessas competições, contudo, o destaque vai para o *Beach Rugby* Europeu que é “considerado o maior e mais prestigiado torneio de praia da modalidade” (Notícias de Coimbra, 2023).

Por fim, são de destacar também os eventos associados à celebração de datas festivas (como a Passagem de Ano e o Carnaval) e dos santos populares, destacando-se na Figueira da Foz as Festas de São João (Figura 15) que, anualmente, atraem milhares de visitantes à cidade.



Figura 94 - Festas de São João.

Fonte: Registo próprio.

IV.1.2. Contextualização de Tomar

Conhecida como a antiga sede da Ordem dos Templários, Tomar trata-se de uma cidade com uma arte e cultura incomparáveis e em que “o expoente máximo está no Convento de Cristo, uma das mais importantes obras do Renascimento em Portugal” (Visit Portugal, 2023, p. 1).

Situado no centro geográfico do país, o concelho de Tomar pertence ao distrito de Santarém, estando integrado na sub-região do Médio Tejo (Figura 16). Com uma área total de aproximadamente 351 km², é limitado pelo concelho de Ferreira do Zêzere a Nordeste, pelo de Abrantes a Este, pelo de Vila Nova da Barquinha a Sul, pelo concelho de Torres Novas a Oeste e, por fim, pelo de Ourém a Noroeste, apresentando na sua constituição 11 freguesias. Há ainda que referir que, devido ao facto de se localizar na margem direita do rio Zêzere (que é apontado como o principal afluente do rio Tejo), a cidade de Tomar encontra-se dividida ao meio por ser atravessada pelo rio Nabão (Câmara Municipal de Tomar, 2019).

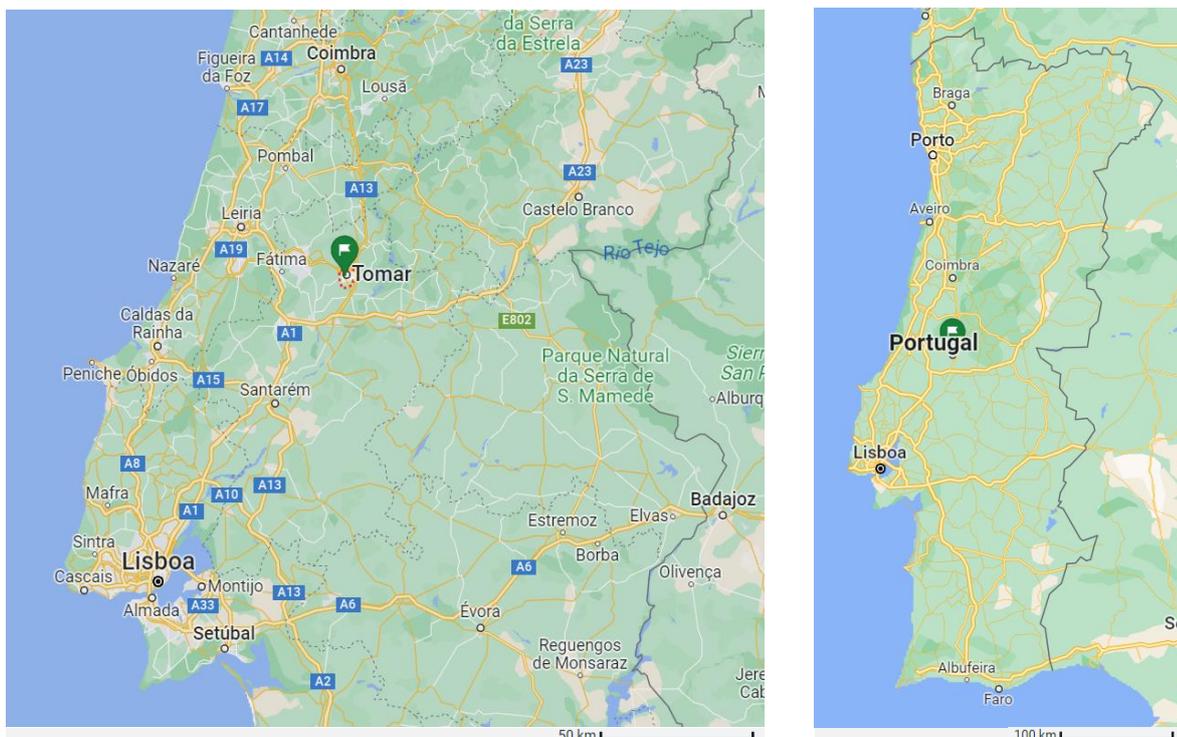


Figura 95 - Localização geográfica do município de Tomar.

Fonte: Google Maps.

Passando agora para o contexto social de Tomar, analisem-se os dados relativos aos Censos (Tabela 8).

Tabela 121 - Censos relativos à população residente em Tomar.

	1960	1981	1991	2001	2011	2021
População residente	44.161	45.672	43.139	43.006	40.677	36.413
Taxa de crescimento anual médio da população (%)	-	-	-0,6	0,0	-0,6	-1,1
Densidade populacional Nº médio de indivíduos por Km²	125,5	129,8	122,6	122,2	115,8	103,7
Jovens (%) menos de 15 anos	25,7	22,6	17,7	14,5	12,9	10,4
População em idade ativa (%) 15 aos 64 anos	64,0	62,9	64,7	63,9	61,8	59,0
Idosos (%) 65 e mais anos	10,3	14,5	17,5	21,6	25,3	30,6
Índice de envelhecimento idosos por cada 100 jovens	40,0	64,1	98,9	149,4	195,6	293,8
Pessoas que vivem sós (%) (1)	3,2	4,7	6,1	7,5	9,5	12,4

Fonte: Pordata

Como é comum nas cidades localizadas no interior do país, um dado que se destaca logo é o número consideravelmente inferior da quantidade de população residente em Tomar (cerca de 36 000 pessoas, menos 40% da população da Figueira da Foz). Para além disto, e para piorar o cenário, existe a tendência para um decréscimo ainda maior da população, já que a taxa de crescimento médio anual mostra um valor negativo elevado e cada vez mais expressivo ao longo dos anos.

Em relação aos indicadores que expressam a percentagem de jovens e idosos existentes, denota-se uma manifestação expressiva do envelhecimento da população. Tal advém da diminuição considerável do número de jovens de ano para ano e, em proporcionalidade inversa, do aumento do número de idosos, sendo esta discrepância ainda maior e mais expressiva do que na Figueira da Foz.

Assim, verifica-se que as consequências e problemas apontados na cidade anterior (o envelhecimento da população, a diminuição da mão de obra e o aumento do isolamento da população) não só se registam também em Tomar, como se salientam e expressam a um ritmo mais acelerado, o que pode levar a que certas zonas da cidade fiquem mesmo ao abandono por não haver capacidade de fixação dos mais jovens.

Passe-se, então, os indicadores relativos à educação (Tabela 9) e ao acesso aos cuidados de saúde na cidade de Tomar.

Tabela 141 - Censos relativos à educação da população de Tomar.

	1960	1981	1991	2001	2011	2021
População analfabeta não sabe ler nem escrever	-	7.643	4.817	3.794	↓2.149	1.145
População com o 4º ano (%) com 15 e mais anos	29,6	37,6	-	30,5	↓30,2	25,8
População com o 6º ano (%) com 15 e mais anos	-	10,9	-	12,2	↓11,6	9,1
População com o 9º ano (%) com 15 e mais anos	-	7,5	-	17,1	↓18,7	17,8
População com o 12º ano (%) com 15 e mais anos	2,4	2,6	-	13,7	↓15,4	22,8
População com o ensino médio (%) (3) com 15 e mais anos	-	1,0	-	0,8	↓0,9	1,1
População com o ensino superior (%) com 15 e mais anos	0,5	1,4	-	6,0	↓11,7	16,9

Fonte: Pordata

No que concerne à educação, denota-se que existe uma baixa incidência de pessoas analfabetas em Tomar (exatamente a Figueira da Foz), o que reflete a boa posição em que este indicador se encontra. Contudo, a maioria da população apenas tem o 4.º ano, ainda que, com uma

distância percentual não muito elevada, surja a população já com o 12.º ano. Por outro lado, salienta-se o crescimento constante e considerável do número de pessoas que tem prosseguido os estudos no ensino superior, não sendo esse distanciamento muito grande em relação às pessoas com o 4.º e o 12.º ano. Em forma de conclusão, percebe-se que, tal como acontece na Figueira da Foz, também em Tomar se tem notado uma importância crescente face à educação e à maior capacidade, essencialmente económica, em conseguir que a população prossiga os seus estudos.

Quanto à saúde, é de referir que os cuidados existentes são também variados e procuram responder prontamente a todas as necessidades que surgem, uma vez que

as Unidades Funcionais do ACES Médio Tejo, designadamente as Unidades de Saúde Familiar (USF), as Unidades de Cuidados de Saúde Personalizados (UCSP) e as Unidades de Cuidados na Comunidade (UCC), estão abertas e a funcionar dentro do horário normal de funcionamento. (...) As Unidades de Saúde continuam a prestar cuidados na doença aguda e em todas as situações programadas que não possam ser adiadas, (...) continuam ainda a assegurar os cuidados domiciliários em situação de doença aguda e nas situações programadas de tratamentos de enfermagem inadiáveis e que careçam de continuidade (...) (Câmara Municipal de Tomar, 2020, p. 1).

Nos últimos anos Tomar tem assistido a um crescimento tal do turismo que, atualmente, a principal atividade económica que se desenvolve na cidade está focada no setor terciário, ou seja, na prestação de serviços e no comércio.

Com o aumento da procura e número de visitantes na cidade, surgiu a necessidade de se expandir os serviços de modo a responder à procura turística, pelo que o número de restaurantes, hotéis e negócios relacionados com a hospitalidade expandiram-se a um ritmo notório e marcante,

O setor terciário tem-se evidenciado no Médio Tejo, onde as atividades que o integram superam um terço do número total de empresas e sociedades da região (...) O número de pessoas empregadas (...) supera dois terços da população ativa da região (68,86%), destacando-se os municípios de Ourém, Tomar, Torres Novas e Abrantes, que, em conjunto, representam mais de 45% (Portal Regional do Médio Tejo, 2023, p. 1).

Não obstante, também a indústria assume um papel preponderante na economia da cidade, já que a mesma dispõe de um espaço construído, especificamente, para a instalação de indústrias que se encontram nesta zona – o Parque Empresarial de Tomar –, fornecendo todas as infraestruturas necessárias para o seu desenvolvimento (Câmara Municipal de Tomar, 2023).

Apesar da indústria não ter um peso tão grande como a prestação de serviços, por ser reconhecida a sua importância e papel no incentivo à diferenciação, crescimento da cidade e criação de novos postos de trabalho, têm vindo a ser desenvolvidos novos regulamentos que procuram a “diversificação da base produtiva e (...) a dinamização do tecido económico” (Câmara Municipal de Tomar, 2023, p. 1), com o objetivo de expandir estas que são as pequenas indústrias e promover a fixação de mais população em Tomar.

Por fim, e apesar de se encontrar em claro decréscimo, Tomar ainda conta com a prática da agricultura nas zonas rurais nos extremos da cidade. Ainda que existam terras com grandes dimensões e em que atividades como a apanha da azeitona tinham uma grande expressão, devido à perda do valor dessas terras, essas mesmas atividades têm sido abandonadas, sendo poucos os agricultores que ainda subsistem nos dias que decorrem (Félicio, 2023).

Conhecida como a cidade Templária, Tomar demarca-se logo por ter uma veia histórica, arquitetónica e cultural indiscutivelmente rica e única, o que, aliada à sua localização central entre Lisboa e o Porto, a torna o ponto perfeito de paragem para os turistas que têm a oportunidade de conhecer a história da cidade e apreciar aspetos do património perfeitamente conservados.

Tabela 149 - Número total de dormidas em Tomar de 2019 a 2022.

	Número de dormidas nos alojamentos turísticos (Total)			
	2019	2020	2021	2022
Portugal	70 158 964	25 798 299	37 332 422	69 694 791
Continente	60 423 962	22 702 387	31 480 167	58 856 227
Centro	7 134 863	3 362 011	4 452 462	7 117 656
Médio Tejo	1 347 791	422 883	615 869	1 194 908
Tomar	109 079	49 215	73 601	123 653

Fonte: Elaboração própria a partir do INE.

À semelhança do cenário visível na Figueira da Foz, denota-se que em Tomar o número de dormidas (Tabela 10) também não é muito elevado, sendo mesmo bastante quase impercetível quando em comparação com toda a Região Centro.

Focando-nos, por sua vez, na Região do Médio Tejo, em 2022 denota-se que o número total de dormidas em Tomar corresponde apenas a cerca de 10% do total da Região referida, o que leva a concluir que Tomar ainda não apresenta uma dinamização turística expressiva neste setor.

Do ponto de vista histórico, é de referir que a cidade era a sede da Ordem dos Templários, sendo que nos dias de hoje ainda se encontram marcos emblemáticos da sua passagem e que, em 1983, foram classificados como Património da Humanidade pela UNESCO (Visit Portugal, 2023). Esses marcos tratam-se, pois, do Castelo Templário “que na época era o mais moderno e avançado dispositivo militar do reino, inspirado nas fortificações da Terra Santa”, e do Convento de Cristo, uma “das mais importantes obras do Renascimento em Portugal” (Turismo de Portugal, 2013).

Já o património natural de Tomar também se representa como um forte fomentador do turismo, atendendo à autenticidade e beleza que os vários sítios da cidade apresentam, destacando-se entre estes a Mata dos Sete Montes que, ligando o Convento ao Centro Histórico, apresenta vários caminhos propícios a passeios e à prática de desportos e zonas de descanso onde se podem encontrar obras únicas do Tempo Renascentista – a Ermida de Nossa Senhora da Conceição (Visit Portugal, 2023).

Na mesma linha de pensamento, há que referir a ilha artificial situada no meio do Rio Nabão – a ilha do Mouchão –, onde se encontra uma roda de madeira que, outrora, era usada para regar os campos ao seu redor. Nos dias que decorrem, esse elemento apresenta-se como um *ex libris* da cidade, conferindo-lhe uma paisagem única (TZLX, 2021).

Por sua vez, não se pode não mencionar a Estação Náutica de Castelo do Bode que, integrando a Albufeira de Castelo do Bode, é um polo de animação turística, já que nele se dinamizam diversas atividades náuticas (Câmara Municipal de Tomar, 2023).

Para dar conclusão aos atrativos naturais de Tomar, há que referir que as praias fluviais também não passam despercebidas, tendo inclusive as praias de Alverangel, Montes e Vila Nova sido distinguidas como tendo uma água balnear de qualidade de excelência. De realçar que as duas primeiras praias referidas, foram também distinguidas como “Praias com Qualidade de Ouro” (Câmara Municipal de Tomar, 2022).

Claro está que, de seguida, é fulcral referir a área urbana mais antiga e medieval de Tomar – o seu Centro Histórico –, área essa que respira tradição e autenticidade, visto que ainda hoje as ruas estreitas se organizam em cruz e estão orientadas segundo os pontos cardeais, sobressaindo-se no seu centro a Igreja Matriz e, em cada um dos cantos, um Convento (Visit Portugal, 2023).

Para além do mais, é de salientar que ao longo dessas ruas se encontra uma forte vertente cultural (latente nos diversos museus, Cineteatro, Núcleo de Arte, entre outros) e o pináculo do comércio local. Ora, ao falar-se do comércio, torna-se impensável não falar da gastronomia, e mais concretamente, na doçaria conventual passível de se experimentar nos cafés, entre os quais se destacam os Nabantinos, as Estrelas de Tomar e os Beija-me Depressa (Santos, 2021).

Derivado da sua localização geográfica, denota-se o maior isolamento de Tomar e o seu pouco movimento em dias normais, cenário este que é consideravelmente revertido com a dinamização de eventos na cidade, já que as ruas de enchem de muitos turistas.

Entre os vários eventos organizados na cidade, são de destacar a Feira de Santa Iria e o Festival de Estátuas Vivas, festival este “em que dezenas de artistas dão vida estática a momentos literários descritos por escritos de renome”, trazendo um dinamismo e vivacidade notórios à cidade (SIC Notícias, 2013).

Ainda que os eventos referidos tenham uma capacidade notória de dinamizar Tomar, nenhum deles se compara com os impactos da aclamada Festa dos Tabuleiros (Figura 17), que só acontece de quatro em quatro anos tem na cidade. O ano de 2023 ficou marcado pelo regresso desta festa, em que “até ao último dia a câmara pensa receber cerca de 1.1 milhões de pessoas. O grosso das pessoas será no domingo, no dia do cortejo grande. Temos uma operação preparada para receber cerca de 800 mil pessoas” (Cavaca, 2023).



Figura 108 – Festa dos Tabuleiros.

Fonte: Registo próprio.

Capítulo V.

O Caso de Estudo da Andamento Produções

V. O Caso de Estudo da Andamento Produções

Com uma forte presença *online*, foi assim que surgiu o conhecimento da Andamento Produções, uma empresa de organização e gestão de eventos que opera em todo o país, o que suscitou, imediatamente, a vontade de concretizar um estágio, já que possibilitaria perceber e obter uma perspectiva mais aprimorada e próxima de três pontos centrais e cruciais ao desenvolvimento e concretização deste estudo.

O primeiro ponto passou pela oportunidade de construção de uma visão realista de como funciona a área de uma perspectiva interna. Conotar a organização e gestão de um evento como algo complexo é um facto adquirido por qualquer pessoa. Contudo, foi apenas trabalhando dentro da área e tendo um papel ativo no processo de organização e gestão de um evento, que foi possível, efetivamente, perceber a burocracia de processos e a complexidade das tarefas associadas à concretização de um evento.

Por sua vez, o segundo ponto relacionou-se com a possibilidade de recolher de perto dados sobre os impactos e consequências causadas pelos eventos. Estar presente no antes, durante e pós evento permitiu assistir às mudanças das dinâmicas sociais, turísticas, económicas e estruturais que se estabeleceram no destino, mudanças essas que tendem sempre a ser muito significativas e perceptíveis.

Para terminar, o último ponto prendeu-se com o facto de me ser proporcionada uma maior proximidade às entidades responsáveis pela dinamização do evento no destino, às pessoas encarregues pela organização propriamente dita do evento, e aos participantes que atendiam o evento. Ora, essa referida proximidade fez-me não só perceber a importância que a comunicação tem ao nível de trabalho entre as várias equipas e na venda do produto e da imagem do destino, como também perceber as perspectivas e grau de satisfação dos vários participantes nos eventos, bem como tirar notas das suas opiniões e sugestões para que se possa trabalhar no sentido de melhorar e polir o futuro da organização e gestão de eventos.

Em suma, é passível de se dizer que os conhecimentos práticos obtidos com a realização do estágio permitiram uma melhor preparação e contextualização para o trabalho que havia a ser desenvolvido neste estudo, já que possibilitou o confronto com situações que levaram ao ganho de experiência que só é possível ser obtida no terreno.

V.1. Contextualização da empresa

Criada em 2012 pelo Dr. Pedro Silva, a Andamento Produções Lda. encontra-se sediada no centro de Tomar e tem como principal atividade o desenvolvimento de atividades inseridas nas artes do espetáculo.

Por já trabalhar na área há uns anos e ter o sonho de ter a sua própria empresa, Pedro decidiu juntar esses dois fatores que, potenciados pelo “ímpeto sonhador próprio da juventude”, acabaram por levá-lo a dar o passo que faltava para o nascimento da sua empresa – a Andamento Produções.

No período da sua adolescência percebeu que queria fazer algo que se pudesse relacionar diretamente com a cultura e com a arte, já que frequentava o conservatório, formações na área do teatro e tinha grande interesse por poesia. Assim, apesar da gestão de eventos não se resumir a lidar com a arte e com a cultura, o gosto pela área veio do interesse por essas duas matrizes, o que o levou a iniciar-se na organização e gestão de eventos.

Ao longo dos anos as mudanças foram imensas, atendendo a que a empresa de hoje, embora mantenha na sua génese o mesmo espírito da sua criação, é completamente diferente do que era. A dada altura surgiu o primeiro escritório, o primeiro funcionário e a primeira viatura. Recentemente surgiu outro escritório, de maiores dimensões, que é o ponto de partida para o ganho de uma estrutura mais bem preparada em termos tecnológicos, logísticos e estruturais, o que a leva a dar mais um passo em direção ao seu crescimento e à valorização da sua posição no mercado.

V.2. Serviços prestados

Enquanto empresa que não só organiza, mas também gere os eventos em que trabalha, os serviços prestados pela Andamento são diversos, mas encontram-se focados em cinco grupos, sendo esses a Produção, a Comunicação, os Artistas, os Equipamentos e as Estruturas, dentro dos quais existem tarefas concretas a desempenhar para o sucesso de um evento.

De uma forma resumida e generalizada, tais tarefas passam, impreterivelmente, pelo a) acompanhamento de montagens que é levado a cabo tanto pelas equipas de audiovisuais, como pelas de efeitos especiais (SFX); b) pela montagem, preparação (Figura 18) e gestão de camarins ora da equipa técnica, ora dos artistas; c) pela gestão e manutenção de uma boa relação com os clientes e fornecedores; d) pela receção e credenciação de artistas aquando da sua chegada; e) pela gestão de palco (*stage management*, Figura 19) ao longo de todos os testes de som e espetáculos

em concreto; e, por fim, f) pelo acompanhamento das sessões de autógrafos quando as mesmas ocorrem.

Não obstante, para além destes serviços mais focados na organização e gestão do evento e na produção dos espetáculos, a Andamento também presta outros serviços em que o seu trabalho não é tão interno e ativo, no sentido em que também procede, por exemplo, ao aluguer dos mais variados equipamentos (seja de som, luz ou multimédia, como é o caso de palcos, geradores, equipamento de *dj*, entre outros), faz o agenciamento de artistas, promove e dinamiza ações de formação e *workshops* e, por último, trata de *design* gráfico, concebendo sites, cartazes e outros.

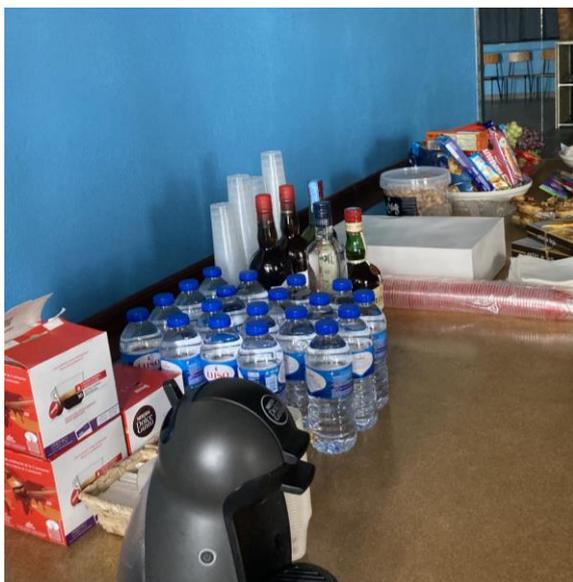


Figura 110 - Preparação de camarins durante um evento.

Fonte: Registo próprio.

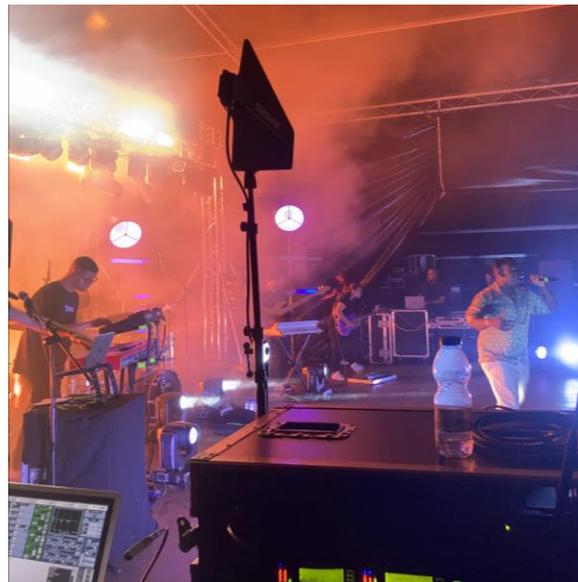


Figura 109 - Stage Management durante um evento.

Fonte: Registo próprio.

V.3. Análise SWOT da empresa

A análise SWOT trata-se de uma técnica fundamentada por quatro grandes pilares que, quando devidamente analisados, permitem a uma empresa ou entidade definir um plano estratégico de atuação para que a mesma tenha sucesso. Esses quatro pilares dizem respeito às Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*)¹⁵ (Duarte, 2009).

¹⁵ O anexo 3 representa a interligação entre os quatro pilares.

Começando por explicar as Forças, estas dizem respeito aos fatores internos sobre os quais se consegue ter controlo. Estes fatores podem passar pelas iniciativas internas que a equipa toma, iniciativas essas que resultam em aspetos que destacam a entidade e levam a que seja bem-sucedida. De forma a perceber-se o que diz respeito às forças, podem-se colocar questões como “o que está a ser bem feito?” e “o que diferencia a nossa entidade?” (Raeburn, 2022).

Por sua vez, no que concerne às Fraquezas, e em linha com o pilar anterior, estas também decorrem de fatores internos, mas são precisamente o oposto, o que significa que refletem aquilo que uma entidade está a fazer de pior, quando o resultado da equipa fica aquém do esperado. Para identificar estas fraquezas, questões como “que tarefas estão com um desempenho inferior ao esperado e o que leva a que isso aconteça?” e “que iniciativas têm margem de manobra para melhorar e o que se pode fazer para o conseguirmos?” (Raeburn, 2022).

Já as Oportunidades dizem respeito a fatores externos que, mesmo sendo imprevisíveis e não controláveis, trazem benefícios e ajudam a alcançar um determinado projeto ou a colocar a empresa num patamar mais competitivo e numa melhor posição que estava outrora. Não havendo propriamente perguntas para prever as oportunidades por não ser algo calculável, colocar questões e direcionar o pensamento para determinados aspetos pode ajudar a aproveitar as oportunidades quando elas surgem, sendo exemplo “quais as metas para este ano?” ou “que recursos ajudariam a melhorar determinada fraqueza?” (Raeburn, 2022).

Por fim, surgem as Ameaças que são o pilar mais complicado e imprevisível de todos, atendendo a que decorrem de fatores externos que não estão sob o controlo de ninguém e são mais difíceis de solucionar. Um exemplo de uma ameaça recente, por exemplo foi a pandemia do Covid-19, que trouxe consequências desastrosas a todos os setores em redor do mundo. Não obstante, colocar questões como “que tendências se preveem no mercado?” ou “quais as mudanças em dado setor que podem ser motivo de preocupação?” pode ajudar a criar planos de resposta rápida, no sentido de haver uma tentativa de solucionar os problemas da maneira mais eficaz possível (Fernandes, 2015).

Feita esta explanação de cada conceito, passe-se, então, à análise SWOT da Andamento Produções (Tabela 11).

Tabela 150 - Análise SWOT da Andamento Produções.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> - Entusiasmo e motivação da equipa - Relação próxima com os clientes - Variedade dos serviços prestados - Capacidade de deslocação por todo o país - Boa organização e gestão de cada evento - Redes sociais ativas e dinâmicas 	<ul style="list-style-type: none"> - Má comunicação entre todos os intervenientes - Equipa pequena e incapaz de responder a tudo - Poucas tipologias de eventos trabalhadas - Ausência de espírito colaborativo e de equipa - Dependência de serviços de outras empresas - Sobreposição de eventos na mesma data
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Maior adesão aos eventos - Crescimento global da atividade turística - Surgimento de novos produtos e mercados - Globalização e sociedade da informação 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento dos custos dos materiais e serviços - Surgimento de mais empresas na área - Condições atmosféricas adversas - Instabilidade da procura turística

Fonte: Elaboração própria a partir da experiência tida no estágio.

Como se denota na Tabela 11, as oportunidades e ameaças referidas são pontos gerais que podem influenciar qualquer empresa dentro do setor, já que são variáveis externas que podem mudar de rumo a qualquer momento, dependendo única e exclusivamente da evolução da sociedade, daquelas que são as vontades do “novo turista” e das alterações climáticas (fatores estes que não são possíveis de prever ou controlar, mas apenas tentar contornar).

Já as Forças e as Fraquezas apontadas advieram da experiência pessoal como estagiária, sendo reflexo da participação e contributo nos mais diversos eventos e do trabalho que foi desenvolvido ao longo dos três meses, com a empresa e com os vários intervenientes a quem recorria frequentemente.

No que concerne somente às Fraquezas, é de referir que as mesmas se apresentam como fragilidades que advieram do excesso de carga de trabalho associada à época alta e à quantidade de pedidos de organização de eventos que surgiram por parte das demais entidades. No entanto, tratam-se pontos que poderiam ser facilmente solucionados com a contratação de mais membros para integrar a equipa da empresa, já que isso permitiria a maior delegação de trabalho, como também traria um leque mais abrangente de valências e capacidades que poderiam dinamizar a empresa e aumentar a sua capacidade de resposta às tipologias que são atualmente trabalhadas e à dependência que existe face aos serviços prestados por outras empresas. Tudo isto possibilitaria, por consequente, uma redução do nível de *stress* (o que é um ponto de partida para haver uma melhor comunicação e espírito de equipa) e uma maior organização (levando a que até seja possível ter a sobreposição dos vários eventos na mesma data por meio da distribuição equilibrada de recursos).

Ainda que estas fraquezas tenham sido apontadas, é de notar que existem, em igual número, forças que trazem um potencial único à empresa e que a colocam numa posição competitiva e notória no mercado.

De um ponto de vista geral, então, a experiência tida no estágio foi positiva e os conhecimentos obtidos contribuíram para o desenvolvimento desta investigação. Ainda que, muitas vezes, a carga de trabalho fosse enorme e todos os ensinamentos pudessem ser avassaladores, o contacto direto com todos aqueles que contribuíam para a realização de cada evento foi um ponto de partida para perceber o nível de satisfação associado ao setor.

Para além do mais, o acompanhamento diário e continuado dos espetadores e dos residentes levou a que os padrões de consumo se fossem tornando mais claros, ajudando a perceber aquelas que serão as tendências de consumo futuras.

Por exemplo, o facto de a empresa estar muito focada na dinamização de eventos de cariz cultural e de entretenimento, levou desde logo à perceção da preferência que existia por esta tipologia já que, fosse um evento de menor dimensão, fosse um evento de maior dimensão, a adesão e número de espetadores era sempre bastante considerável, algo que não acontecia durante a realização de eventos de outro cariz.

V.4. Os eventos organizados pela Andamento Produções

Indicado como uma fraqueza no ponto anterior, é de referir que a Andamento se dedica, quase exclusivamente, à organização de eventos culturais e de entretenimento. Ainda que estes

eventos possam variar muito entre si (em termos de público e dimensão), denota-se que a empresa não tem uma grande experiência na organização de outras tipologias de eventos.

Contudo, apesar desta limitação, há que indicar que a empresa organiza muitos e variados eventos nos mais diferentes destinos do país, trabalhando tanto com eventos de pequena dimensão e com um reconhecimento mais local, como também de grande dimensão e com uma capacidade de atração maior e mais impactante.

Devido à boa posição e imagem no mercado que a empresa tem, denota-se a sua capacidade em trabalhar com os artistas mais reconhecidos a nível nacional, organizando eventos públicos que apresentam uma grande capacidade de cativar um número de pessoas, das mais diversas zonas do país, considerável.

Por outro lado, é de referir que a periodicidade também não é um fator determinante, já que a Andamento organiza os mesmos eventos de ano para ano, mas também se encontra recetiva a organizar eventos esporádicos ou de acontecimento único.

Durante a experiência tida com a empresa, alguns dos eventos que mais se destacaram e serviram de exemplo àquilo que uma boa organização e gestão deve ser foram as Festas da Cidade de Almeirim e a FAFIPA em Alvaiázere (Figura 20).

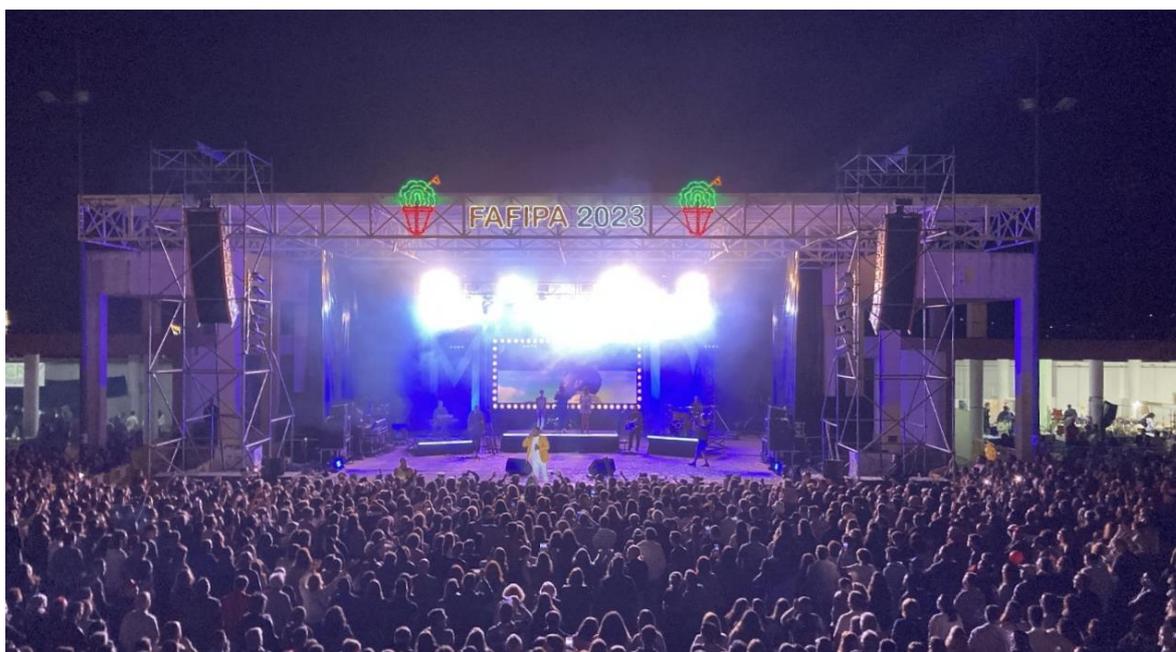


Figura 111 - FAFIPA em Alvaiázere, 2023.

Fonte: Registo próprio.

V.5. Contextualização do trabalho desenvolvido no estágio

Ao longo dos três meses de estágio, intentou-se que fossem desempenhadas o máximo de tarefas nas mais diversas frentes que organizar e gerir um evento implicam. Assim, ao longo do primeiro mês foi desenvolvido trabalho de escritório, ao passo que a dinâmica associada à organização de um evento apenas começou no segundo mês de estágio, com as idas para o terreno e o contacto com as diversas entidades, espaços e fases de preparação e montagem.

Numa primeira fase, as tarefas executadas resumiram-se à atualização da plataforma de trabalho com a listagem de todos os eventos de 2023, à atualização de documentos e informações na *cloud* da empresa, à criação de *playlists* temáticas para serem usadas nos *tempos mortos* entre atuações e à realização de chamadas com fim a pedir orçamentos e, assim, tratar de parte da hospitalidade num evento em concreto.

Na fase seguinte, apesar da continuidade do trabalho de escritório necessário, o estágio ganhou outro ritmo e, cada fim de semana, significava estar numa cidade diferente a preparar um novo evento. Isto implicou um papel mais ativo na realização de folhas de estrada e na procura de estabelecimentos onde a equipa de produção, a equipa técnica e os artistas pudessem fazer as suas refeições. Após esta procura, surgia a necessidade de se pedirem orçamentos e, quando os mesmos agradavam, procedia-se à marcação dos sítios e tratava-se das possíveis escolhas de refeições.

Ora, na fase que antecedia a ida para o destino, era essencial proceder à listagem de todo o material necessário para cada evento, fosse esse material técnico, alimentar ou de montagem de camarins, pelo que havia a necessidade de efetuar compras e tratar do carregamento da carrinha da empresa com todos os elementos da *check-list*. Aquando da chegada aos locais, o trabalho implicava a preparação dos camarins, o acompanhamento da equipa técnica na montagem e nos testes de som e luz, e/ou a receção e a credenciação dos artistas e da sua equipa. Durante um evento, passava a ser necessário estar a par de horários e resolver imprevistos, acompanhar os artistas e a sua equipa no começo e fim da sua atuação, proceder ao registo de fotografias e vídeos, verificar se não estava nada em falta no *backstage* e manter o contacto com todos os intervenientes no evento e o cliente.

Por fim, o pós-evento surgia talvez como a fase mais cansativa, mas também mais gratificante, já que era necessário proceder à desmontagem de tudo, obter o *feedback* de todas as partes envolvidas na organização do evento, atualizar informações na plataforma de trabalho, tratar de conteúdos nas redes sociais e descarregar e arrumar todo o material, bem como preencher os documentos necessários (como o de inventário).

Capítulo VI.

Os Eventos e a População Residente/Espetadora nas Cidades da Figueira da Foz e em Tomar

VI. Os Eventos e a População Residente/Espetadora nas Cidades da Figueira da Foz e Tomar

Estar dentro *do mundo* da organização e gestão de eventos em Portugal trouxe a possibilidade de contactar com os mais diversos tipos de eventos e participantes e assistir às mais distintas reações, o que fez perceber o quão variada consegue ser a dinâmica que se regista de destino para destino e também de evento para evento.

Tal elemento fez questionar quais seriam os motivos que poderiam estar na origem de percepções tão díspares, o que despertou não só à vontade de desenvolver esta investigação à volta dessa questão, como também motivou o arranjo de ferramentas que permitissem saber o que aqueles que, efetivamente, participam em eventos pensam e qual a sua opinião.

VI.1. Metodologia

De maneira a tornar este estudo mais pertinente e desafiante, foram seleccionadas duas cidades que, logo à partida, apresentassem características muito diferentes entre si em termos geográficos, turísticos e culturais. Esta escolha tinha o fim de fazer perceber se as motivações, importância e impactos atribuídos à dinamização de eventos seriam também muito diferentes ou, pelo contrário, teriam vários pontos em comum. Isto porque, estabelecendo essa comparação, tornar-se-ia possível perceber, num primeiro momento de estudo, se realmente a zona geográfica e os recursos de que essa mais dispõe tem influência nas escolhas que os visitantes fazem ou se é apenas o tema do evento, os espetáculos que dinamiza e as tradições que celebra.

Atendendo a que o estágio foi desenvolvido em Tomar, considerou-se pertinente incluir a cidade, até porque ter um contacto quase diário com a população residente e com os seus visitantes, permitiu a recolha de dados e uma percepção em primeira mão entre a dinâmica que se estabelecia comumente, e as diferenças que se registavam durante a ocorrência de um evento (no sentido de perceber os seus impactos e influência no destino). Ao facto de se localizar no interior do país, alavancou-se a consideração para a comparação com uma cidade do litoral, em que prevalecesse o turismo de sol e praia. Desta maneira, haveria uma demarcação notória entre as duas cidades e aquela que é a sua atividade turística predominante. Por apresentar essas características de uma forma marcada, optou-se por trabalhar a Figueira da Foz, com fim a perceber o que poderá ser o futuro da organização e gestão de eventos e as tendências a que vamos assistir em Portugal.

Para que fosse possível a obtenção de respostas, foram elaborados dois questionários: um focado na figueira da Foz e, o outro, em Tomar. Estes questionários continham questões que procuravam perceber a satisfação, a perceção e os gostos dos inquiridos em relação aos atuais eventos que são dinamizados, mas também analisar possíveis ideias/perspetivas em relação a possíveis futuros novos eventos.

A aplicação do inquérito por questionário¹⁶ fez-se com recurso a uma rede social – o *Facebook* – onde, aderindo a diversos grupos relacionados tanto com a Figueira da Foz, como Tomar, foram partilhados os inquéritos durante o mês de agosto (Figuras 21 e 22, respetivamente).

Ora, isto não só permitiu a obtenção de respostas de residente e de visitantes das cidades em questão, como também permitiu chegar a um público mais vasto e de todas as idades que, usufruindo do seu livre-arbítrio, prontamente deram respostas que valorizaram e permitiram a conclusão deste estudo.

Como são os eventos na Figueira da Foz percecionados pela sociedade?

Este inquérito, inserido num estudo realizado no âmbito do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pretende avaliar como os eventos organizados na Figueira da Foz são percecionados pela sociedade.

Figura 113 - Inquéritos aplicados nos grupos da Figueira da Foz.

Fonte: Elaboração própria a partir do Google Forms.

Como são os eventos em Tomar percecionados pela sociedade?

Este inquérito, inserido num estudo realizado no âmbito do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pretende avaliar como os eventos organizados em Tomar são percecionados pela sociedade.

Desde já, agradeço a sua colaboração e informo que todas as informações fornecidas são privadas.

Figura 112 - Inquéritos aplicados nos grupos de Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir do Google Forms.

¹⁶ Os anexos 4 a 6 contêm as questões incluídas nos questionários.

VI.2. Caracterização da população inquirida

A aplicação de questionários permitiu obter 110 respostas no total, 55 das quais relativas à Figueira da Foz e, por conseguinte, 55 relativas a Tomar.

Antes de analisar as respostas em concreto, no entanto, importa proceder à caracterização do universo amostral, sendo que a mesma se baseará na apresentação de três pontos centrais – a idade, o género e se os inquiridos envolvidos no estudo são ou não residentes nas cidades em questão.

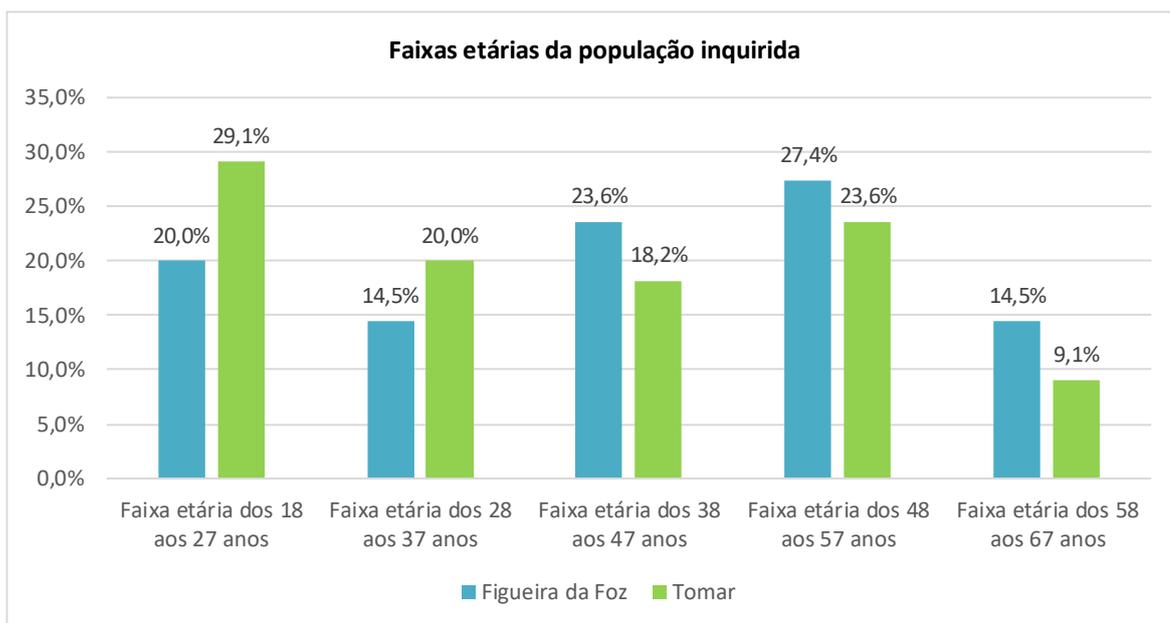


Gráfico 1 - Faixas etárias da população inquirida.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Analisando o Gráfico 1 de um ponto de vista global denota-se que o maior número de respostas advém da faixa etária dos 48 aos 57 anos (51,0%). Contudo, é de referir que a faixa etária dos 18 aos 27 anos exhibe também uma forte adesão e uma diferença percentual mínima (49,1%), à qual se segue a faixa etária dos 38 aos 47 anos com um número de respostas ainda considerável (41,8%). Já a faixa etária dos 28 aos 37 anos apresenta um número de respostas não muito elevado (34,5%) e, por último, a faixa etária dos 58 aos 67 anos denota-se como a que obteve a mais fraca adesão aos questionários (23,6%).

No que concerne apenas à Figueira da Foz, é de referir que o cenário se mantém quase inalterado, no sentido em que a maior adesão de respostas adveio da faixa etária dos 48 aos 57 anos (27,4%). Em segundo lugar, no entanto, surge a faixa etária dos 38 aos 47 anos (23,6%) e, só

depois (e com um valor percentual muito próximo), a faixa etária dos 18 aos 27 anos (20,0%). Por sua vez, também as faixas etárias dos 28 aos 37 anos e dos 58 aos 67 anos são as que apresentam o menor número de respostas (ambas com 14,5%).

Passando a analisar o cenário concernente às respostas obtidas em relação à cidade de Tomar, conclui-se que o panorama já varia notavelmente, uma vez que a maior adesão de respostas está latente na faixa etária dos 18 aos 27 anos (29,1%). Seguidamente, e com valores percentuais muito próximos, surge a faixa etária dos 48 aos 57 anos (23,6%), a dos 28 aos 37 anos (20,0%) e, por último, a dos 38 aos 47 anos (18,2%). Já a faixa etária dos 58 aos 67 anos é, igualmente, a que apresenta um significativo menor número de respostas (9,1%).

Ora, ao proceder a esta análise individual, entende-se que existe uma maior homogeneidade nas respostas referentes à cidade de Tomar entre as diferentes faixas etárias (já que os valores percentuais se encontram todos muito próximos), ao passo que na Figueira da Foz as discrepâncias são mais notórias.

Para além do mais, há que referir que a evidenciada pouca percentagem de respostas por parte dos indivíduos entre os 58 e os 67 anos pode ser explicada pela maior dificuldade dos mesmos em usar ora aparelhos eletrónicos, ora a Internet, ou por nem sequer terem redes sociais, dificultando o acesso a estes questionários.

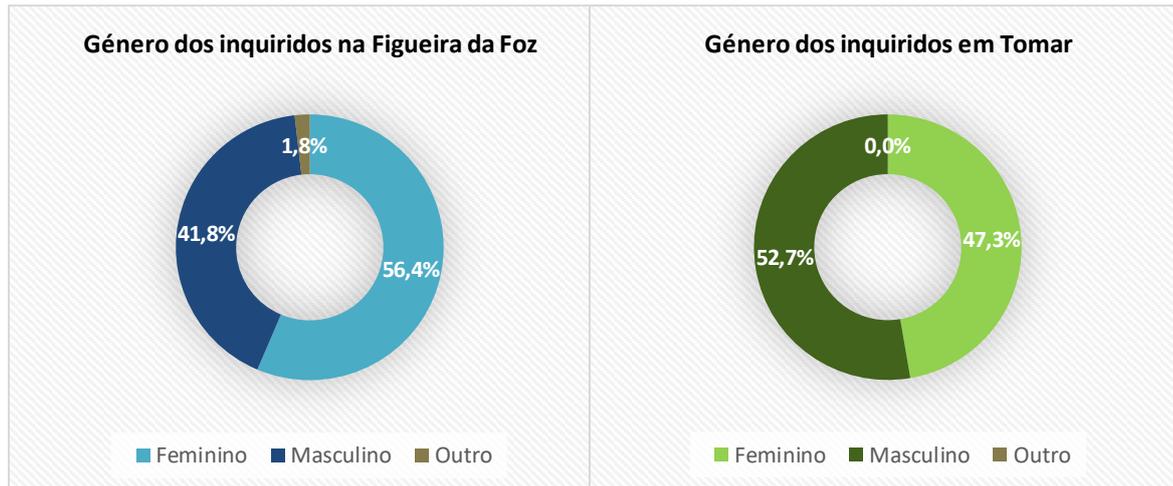


Gráfico 2 - Género da população inquirida.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Tendo o Gráfico 2 presente, torna-se claro que, no caso da Figueira da Foz, existiu uma maior propensão do sexo feminino em responder aos questionários (56,4%) face ao género masculino (41,8%). Com uma percentagem muito pequena (1,8%), existiu ainda uma pessoa que não se identificou com nenhum dos géneros.

Por sua vez, a Figura 23 mostra ainda que o cenário em Tomar é o inverso, já que houve uma maior adesão por parte do sexo masculino (52,7%) do que por parte do sexo feminino (47,3%), não havendo ninguém que se identifica com outro género. Refira-se, ainda, que em nenhuma das cidades se verifica uma grande diferença no número de respostas entre os diferentes géneros.

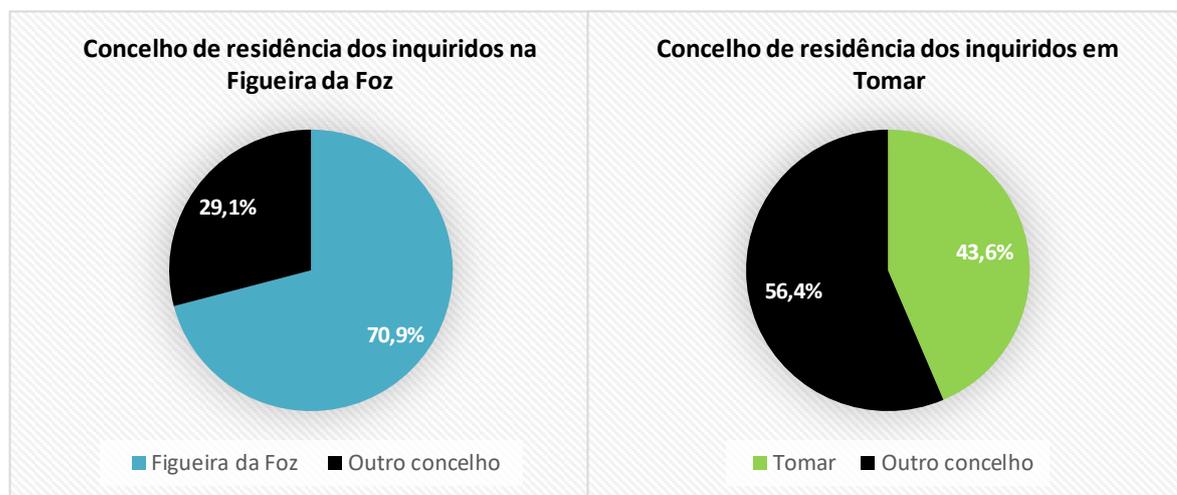


Gráfico 3 - Área de residência da população inquirida.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Passando a analisar o último ponto desta caracterização – o concelho de residência dos inquiridos (Gráfico 3) –, denota-se que, no que concerne à Figueira da Foz, 70,9% dos inquiridos têm a sua residência na cidade, o que faz perceber a fraca adesão por parte dos visitantes na resposta aos inquéritos.

Pelo contrário, no caso de Tomar a maior adesão na resposta aos inquéritos (56,4%) adveio dos visitantes e não dos residentes. Para além do mais, também se verifica que não existe uma discrepância tão grande entre os dois grupos, algo que não acontece no caso da Figueira da Foz. Não obstante, tal questão poderá tornar mais interessante a análise das respostas dadas às questões que se apresentam de seguida e que abordam a perceção dos eventos em si.

VI.3. Apresentação e análise dos resultados

Terminada a caracterização dos inquiridos, urge a necessidade de apresentar as repostas que os mesmos deram, com fim a analisar e comparar a perceção dos eventos levados a cabo nas duas cidades escolhidas para este estudo.

VI.3.1. Adesão à participação em eventos na Figueira da Foz e em Tomar

Em primeira instância, há que avaliar o número de pessoas que, dentro do universo amostral em questão, efetivamente participaram em, pelo menos, um evento (Gráfico 4).

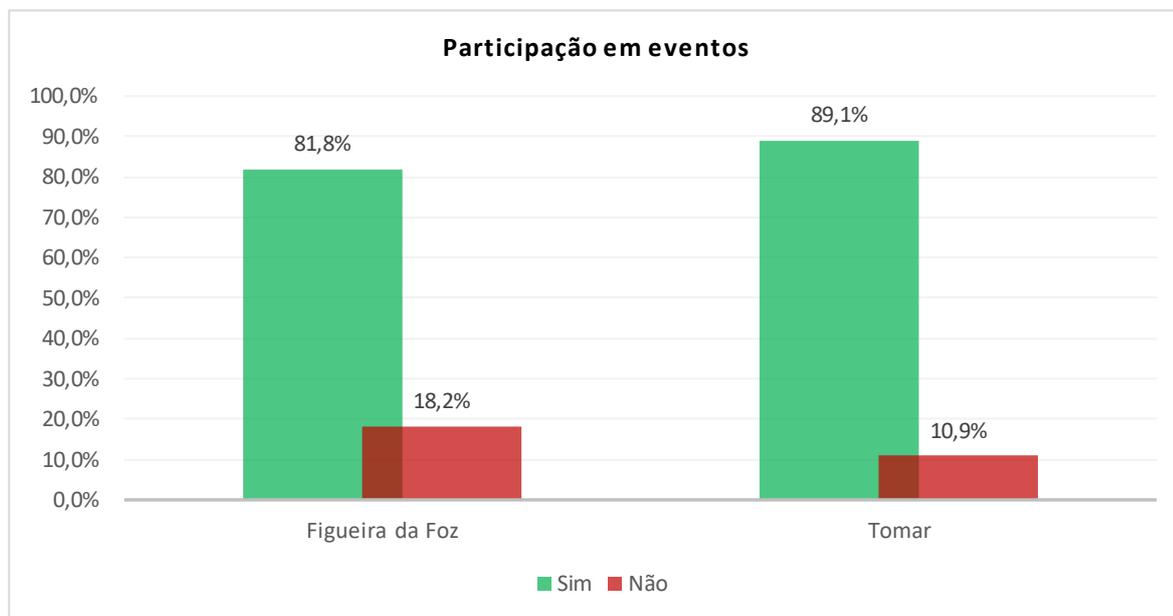


Gráfico 4 - Percentagem de inquiridos que disseram participar em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Como é passível de se verificar, quase a totalidade dos inquiridos participaram em algum evento em ambas as cidades, havendo, ainda assim, mais pessoas que não o fizeram na Figueira da Foz (18,2%) do que em Tomar (10,9%).

De uma forma geral, e numa primeira análise, pode-se constatar que existiu uma boa adesão aos eventos nas duas cidades em causa, ainda que (possivelmente) os de Tomar possam ser algo mais apelativos e capazes de atrair turistas que os da Figueira da Foz.

VI.3.2.1A. Designação dos eventos referidos

No caso em que os inquiridos confirmaram participar em algum evento, foi-lhes pedido para mencionar o nome do mesmo, de forma a ser possível perceber se a variedade de eventos referidos seria elevada ou não, mas também analisar a sua tipologia e a altura do ano em que foram levados a cabo. Nesse sentido, são apresentadas duas figuras com as respostas dadas e o número

de pessoas que os referiram ora em relação à Figueira da Foz (Gráfico 5), ora em relação a Tomar (Gráfico 6).

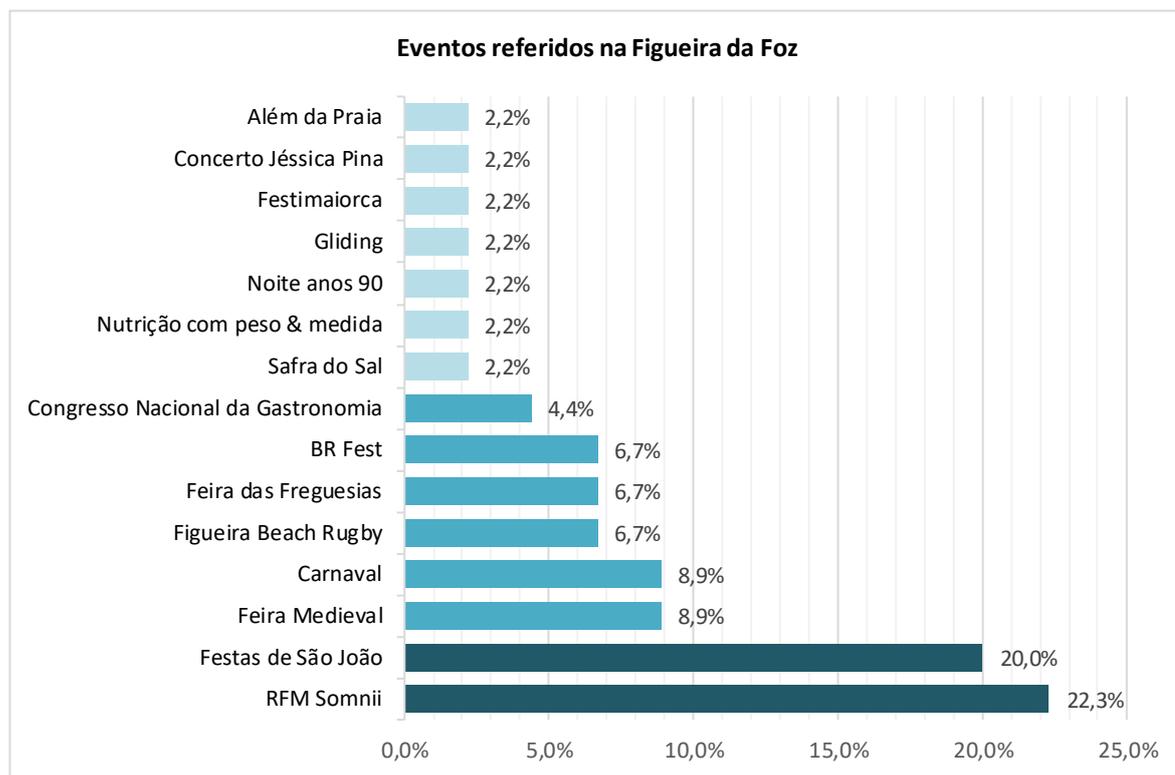


Gráfico 5 - Eventos e percentagem de vezes que foram referidos pelos inquiridos na Figueira da Foz.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Numa primeira análise, verifica-se que o número de eventos referido é considerável e, entre esses, os que mais se destacam (por mais vezes terem sido mencionados) são o RFM Somnii (22,3%) e as Festas de São João (20,0%), havendo também um elevado número de eventos que foram referidos apenas uma vez.

Passando a analisar o Gráfico 5 mais atentamente, e após a análise e recolha de informação acerca de cada um dos eventos mencionados, é de salientar que no total dos quinze apenas três se inserem na tipologia de eventos desportivos (o *Gliding*, o *Nutrição com peso & medida* e o *Figueira Beach Rugby*), ao passo que todos os restantes pertencem à tipologia de eventos culturais e de entretenimento.

Dentro dos eventos culturais e de entretenimento destaca-se que a maior parte dos eventos tem como foco celebrar a música e a dança, ao passo que apenas um se foca numa vertente gastronómica (o Congresso Nacional de Gastronomia) e outros dois valorizam mais a história e o saber-fazer (a Feira Medieval e a Safra do Sal).

Para além do mais, outro aspecto a salientar é o facto de doze dos quinze eventos apontados ocorrerem durante a época alta, ou seja, entre maio e outubro que, tipicamente, se caracterizam como os meses em que a atividade turística é mais forte (época alta).

Refira-se, ainda, que dois dos três eventos restantes foram dinamizados durante o mês de abril (a Feira Medieval e o Nutrição com peso & medida) que, apesar de ser um mês inserido na época baixa, ainda apresenta uma afluência de turistas considerável. Assim sendo, apenas um evento foi realizado num mês mais fraco a nível turístico, o mês de fevereiro, mas trata-se de um evento que celebra uma das festas mais valorizadas a nível nacional – o Carnaval –, sendo de esperar que o mesmo tenha mais adesão por parte dos participantes.

Analisando as respostas dadas pelos inquiridos em relação a Tomar (Gráfico 6), o primeiro aspeto que se salienta de imediato prende-se com a questão da menor variedade de eventos referidos e a diferença percentual considerável que a Festa dos Tabuleiros apresenta face aos restantes, tendo sido mencionada quase tantas vezes (42,9%) como a soma dos dez restantes eventos que foram mencionados (57,1%). Para além do mais, é também notório que a quantidade de eventos que foram mencionados apenas uma vez iguala aqueles que foram mencionados medianamente.

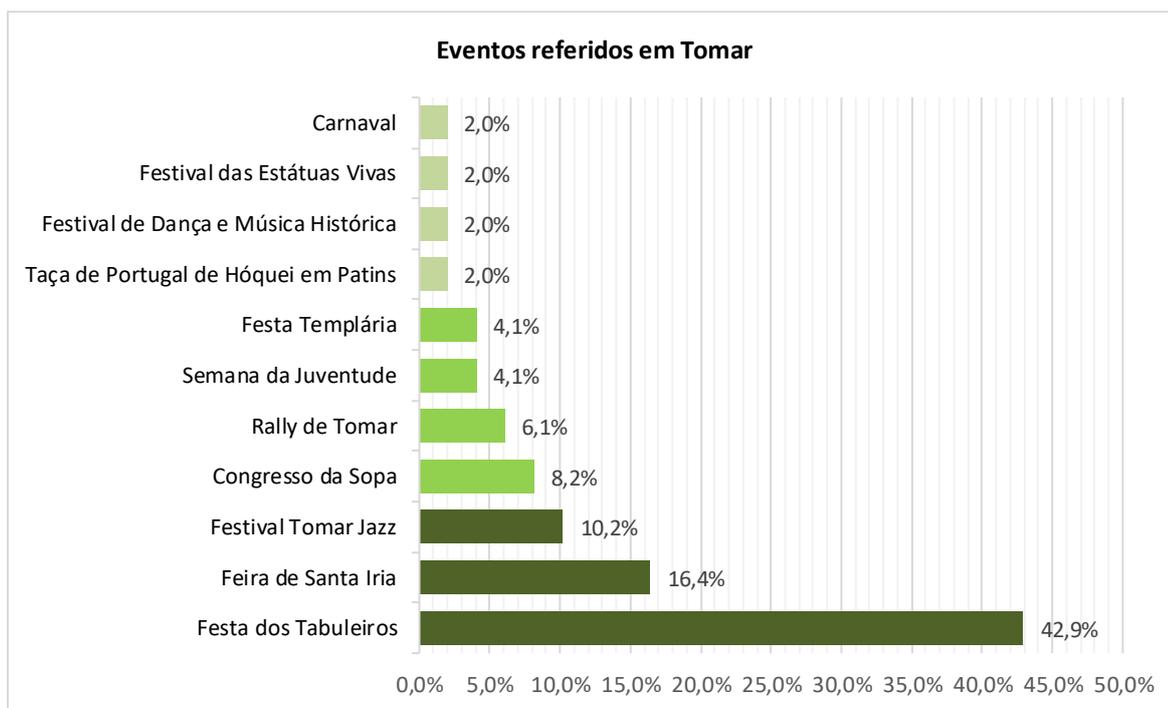


Gráfico 6 - Eventos e percentagem de vezes que foram referidos pelos inquiridos em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

No que concerne às suas tipologias, sobressai-se que os eventos dinamizados na cidade se destacam ao nível da cultura e entretenimento, do desporto e da religião verificando-se, inclusive, vários eventos que combinam as duas ou até as três tipologias (como é o caso da Semana da Juventude, da Feira de Santa Iria e da Festa dos Tabuleiros). Não obstante, também em Tomar é a tipologia dos eventos culturais e de entretenimento que tem a maior expressão, ainda que, dentro dessa, haja um foco nas diversas vertentes que há para oferecer. Isto porque, existem tantos eventos focados na música (Festival Tomar Jazz), como na arte (Festival das Estátuas Vivas), como na gastronomia (Congresso da Sopa), como na história (Festa Templária).

Conquanto a variedade de tipologias apontada seja um ponto forte, no que concerne à altura em que os eventos são realizados é de mencionar que dez dos onze eventos mencionados ocorrem durante a época alta, sendo que apenas o Carnaval surge como um evento dinamizado na época baixa (aspeto esse que depende somente da data em que a festividade é celebrada a nível nacional).

Tendo todos estes pontos em consideração, é de referir que as respostas apontam ou para uma possível preferência dos inquiridos pelos eventos culturais e de entretenimento, ou para uma maior tendência de ambas as cidades em dinamizar eventos que se insiram nessa tipologia, procurando promover e valorizar as artes, a música, a cultura, a gastronomia e a história, aspetos estes que contribuem de forma ativa para a diferenciação e competitividade de uma cidade.

Da mesma maneira, também se denota a possível tendência na organização de mais eventos durante a época alta, o que pode ser resultado ou da maior facilidade em tirar proveito dos recursos e estruturas existentes durante os meses em que as condições atmosféricas são mais agradáveis e o turismo é mais expressivo, ou advir do facto dos eventos organizados durante a época baixa não terem uma taxa de adesão (por parte dos participantes) muito alta e não trazerem os benefícios sociais, económicos e estruturais suficientes que justifiquem o investimento por parte de cada uma das cidades envolvidas neste estudo.

No entanto, e analisando os pontos discrepantes entre as duas cidades através das respostas dadas nos questionários, há que salientar a possível maior capacidade de Tomar em organizar eventos integrantes de mais tipologias, o que se reflete também na sua maior potencialidade em chegar a um público mais vasto, já que possui uma oferta turística mais variada, abrangente e capaz de dar resposta à procura turística.

Quanto à Figueira da Foz, evidencia-se a sua potencial maior preocupação e aptidão para organizar eventos, ainda que não em escala suficiente, durante a época baixa, época esta conotada pela queda notória na afluência de turistas que visitam as cidades e, conseqüentemente, no maior dinamismo e benefícios trazidos por estes.

VI.3.2.1B. Motivos para a participação nos eventos

Perceber os motivos que levaram os inquiridos a participar nos eventos que os mesmos referiram é um ponto de partida crucial para perceber quais poderão ser os motivos que levam a população no geral a participar em qualquer evento (Gráfico 7).

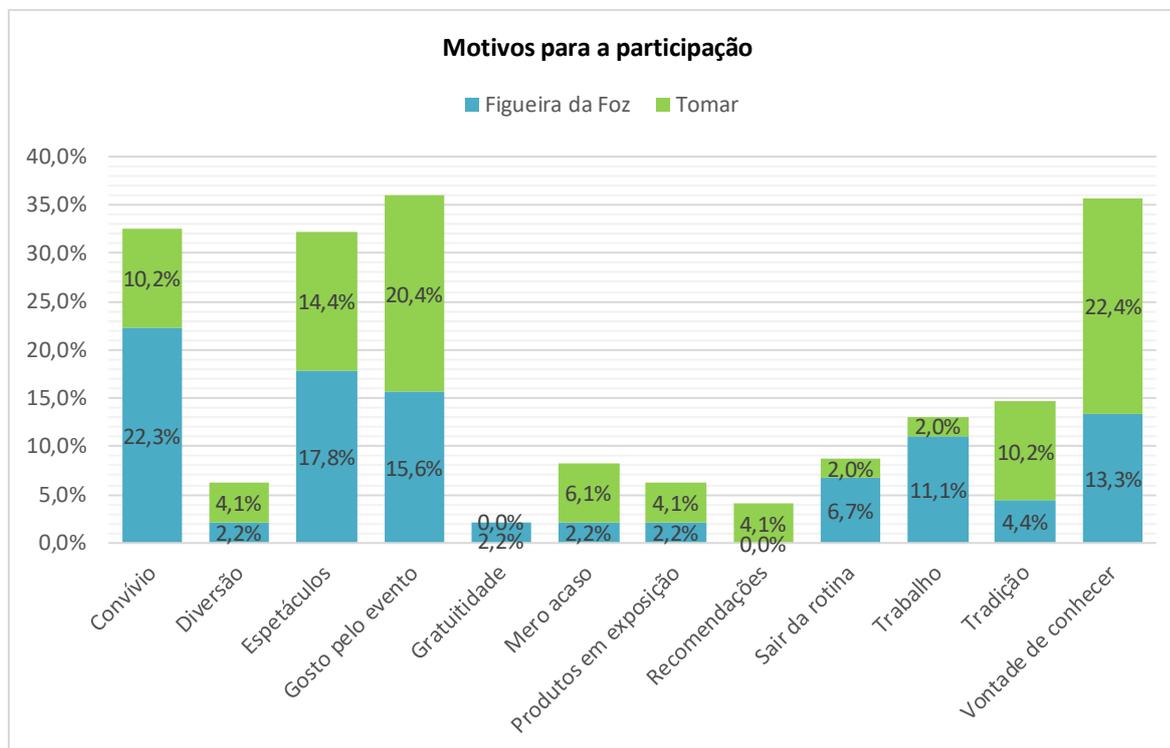


Gráfico 7 - Motivos que os inquiridos apontaram para participarem em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Quando analisadas as respostas de ambas as cidades em conjunto, entende-se que o que mais leva os inquiridos a participar num evento é, por um lado, o gosto já adquirido pelo evento e, por outro lado, a vontade de conhecer, apresentando estes dois motivos a maior pontuação do gráfico. Com uma pontuação muito próxima a estes motivos, e na mesma linha de pensamento conjunta, surge também a vontade de conviver e a de assistir aos espetáculos.

Contudo, e de um ponto de vista individual, a preferência pelos motivos apontados anteriormente mantém-se, no sentido em que continuam a ser os mais descritos pelos inquiridos tanto da Figueira, como de Tomar, ainda que a sua ordem de importância seja diferente.

No que concerne à Figueira da Foz, verifica-se que o motivo mais referido pelos inquiridos para os levar a participar num evento é a procura pelo convívio (22,3%), ao qual se segue a vontade de assistir aos espetáculos (17,8%) e, em terceiro lugar, o gosto pelo evento em si (15,6%).

Na ponta oposta, como motivações mencionadas apenas por uma pessoa surge a diversão, a gratuidade, o facto de ter sido um mero acaso e os produtos que estão a ser expostos.

Já no caso de Tomar, o cenário é um pouco diferente, atendendo a que os motivos mais referidos para levar os inquiridos a participar num evento prendem-se com a vontade em conhecer (22,4%) e com o gosto pelo evento em si (20,4%), aos quais se segue a vontade de assistir aos espetáculos (14,4%). Pelo lado contrário, as motivações menos mencionadas (tendo sido apenas referidas por uma pessoa) foram a necessidade de sair de rotina e o ter de participar por motivos de trabalho.

VI.3.2.2. Motivos para a não participação em eventos

Tal como os apresentados anteriormente, também os motivos que levaram os inquiridos a não participar em nenhum dos eventos nas duas cidades em estudo podem ter um papel crucial no entendimento de qual o rumo a seguir na futura organização de eventos. Associar os dois pontos pode permitir que seja trabalhado e destacado aquilo que as pessoas mais procuram num evento, ao mesmo tempo que se melhora aquilo que as faz não participar (Gráfico 8).

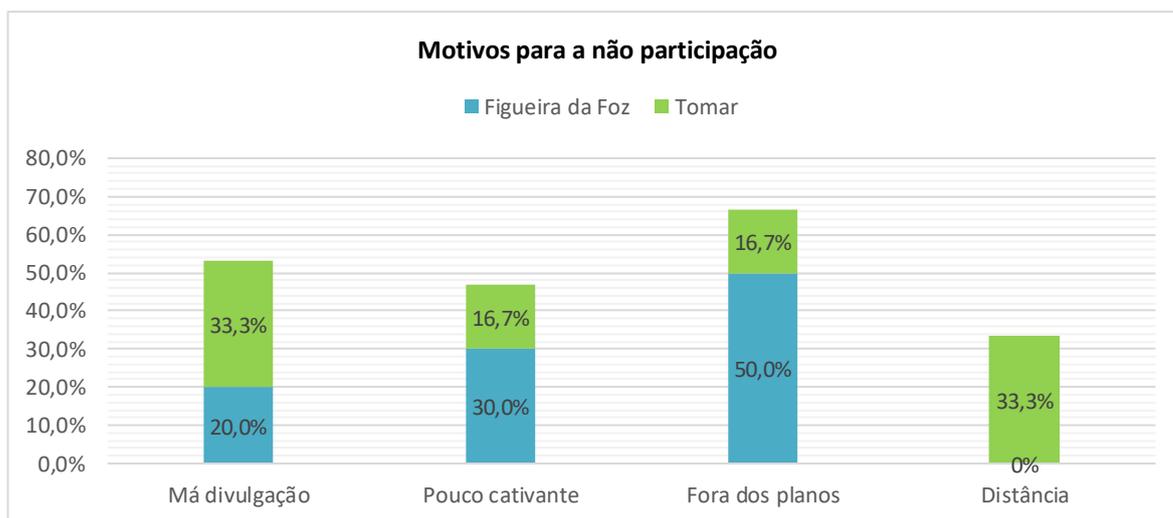


Gráfico 8 - Motivos que os inquiridos apontaram para não participarem em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Ao analisar o Gráfico 8, é pertinente referir que as conclusões que se tiram de um ponto de vista coletivo em nada se coadunam com um ponto de vista individual, atendendo a que, numa primeira análise, existe a tendência para se apresentar o estar fora dos planos como o motivo que os inquiridos mais referiram para não participarem em nenhum evento.

Porém, numa análise individual, entende-se que esse motivo foi referido quase na totalidade pelos inquiridos relativos à Figueira da Foz, correspondendo mesmo à justificação de metade dos que disseram não ter participado em nenhum evento (50,0%). Em segundo lugar, é referido o facto de o evento ser pouco cativante (30,0%) e, por último, a má divulgação (20,0%).

No que a Tomar diz respeito, os motivos mais apontados pelos inquiridos não terem participado em nenhum evento foram a má divulgação e a distância a que a cidade fica (33,3% em cada um), ao passo que o estar fora dos planos e o ser pouco cativante foram mencionados apenas uma vez cada um (16,7%).

VI.3.3. Perceção da importância da organização de eventos numa cidade

Perceber se os inquiridos consideram a organização de eventos importante é um meio para perceber o futuro da área, no sentido em que faz perceber se as cidades realmente devem investir e fazer uso dos seus recursos na dinamização dos mesmos ou não (Gráfico 9).

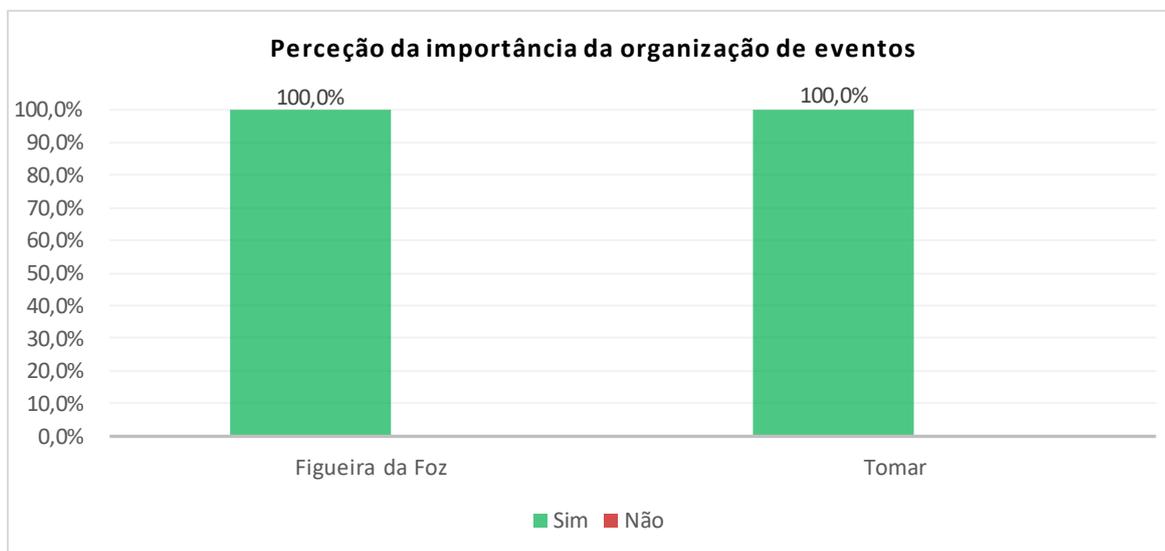


Gráfico 9 - Percentagem de inquiridos que consideram a organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar importante.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Como se pode verificar pelo Gráfico 9, esta foi a única questão que reuniu consensualidade na entre todos, visto que 100% dos inquiridos consideram a dinamização de eventos tanto na cidade da Figueira da Foz como na de Tomar importante, o que faz perceber que esta área terá sempre procura (se corretamente trabalhada) e deve ser algo de investimento por parte das demais cidades.

VI.3.4.1. Vantagens da organização de um evento numa cidade

É inegável que organizar um evento tem custos e inúmeros impactos nas cidades, seja a nível social, económico, estrutural ou ambiental. Nesse sentido, com fim a tentar entender qual a percepção que os participantes têm acerca desses mesmos impactos, foi pedido aos inquiridos que indicassem vantagens que, na sua ótica, os eventos trazem às cidades (Gráfico 10).

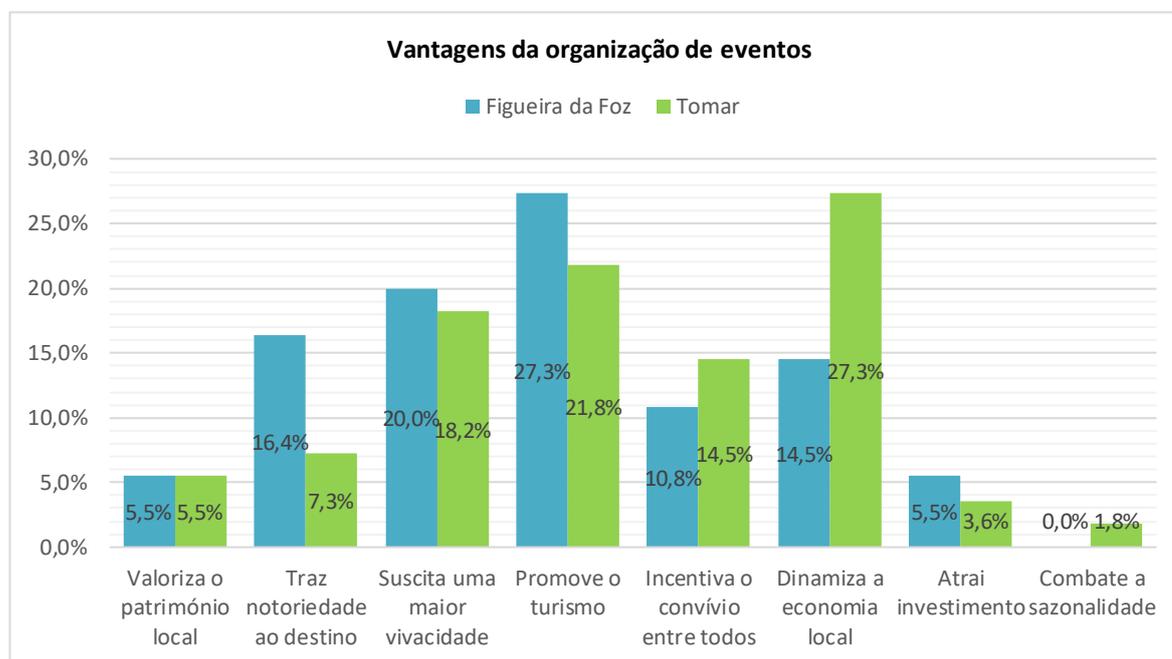


Gráfico 10 - Vantagens que os inquiridos referiram resultantes da organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Quando confrontados com esta questão, os aspetos mais indicados pelos inquiridos como sendo vantagens da organização de um evento, de um ponto de vista conjunto, foi, primeiramente, a sua capacidade de promover o turismo (49,1%), ao qual se seguiu o facto de dinamizar a economia local (41,8%) e, posteriormente, a aptidão para suscitar uma maior vivacidade na cidade (38,2%).

Ainda nesta análise conjunta, há que referir que a valorização do património (11,0%), a capacidade de atrair investimento (9,1%) e o combate à sazonalidade (1,8%) foram as vantagens referidas em menos escala por todos os inquiridos envolvidos no estudo. Ainda assim, há que reiterar que, de um ponto de vista individual (relativo a cada cidade), estas mesmas três vantagens foram, igualmente, as menos referidas.

Não obstante, e analisando apenas as respostas relativas à Figueira da Foz, denota-se que a vantagem mais mencionada em relação à organização de um evento numa cidade, à semelhança do cenário notado anteriormente, foi o facto de se tratar de um meio para a promoção do turismo

(27,3%), após a qual surgiu o proporcionar de uma maior vivacidade à cidade (20,0%) e, em seguida, o trazer uma maior notoriedade ao destino (16,4%). Refira-se ainda que, no que concerne à Figueira, o combate à sazonalidade não foi de todo mencionado por parte dos inquiridos.

Por sua vez, no que diz respeito a Tomar, a vantagem latente à promoção do turismo não foi a primeira, mas a segunda vantagem mais referida pelos inquiridos (21,8%). Em primeiro lugar surgiu, então, o facto de dinamizar um evento num destino contribuir para a dinamização da economia local (27,3%). Ainda em terceiro lugar destaca-se a questão da maior vivacidade visível no destino (18,2%).

Deste modo, é, pois, constatável que, apesar de terem sido referidas várias vantagens que, efetivamente, apresentam igual valor e importância para os destinos, as mais lembradas e notadas em primeira instância foram comuns nos inquéritos relativos às duas cidades em estudo.

VI.3.4.2. Desvantagens da organização de um evento numa cidade

Organizar um evento não tem apenas consequências positivas, sendo que, para que o mesmo seja considerado bem-sucedido, importa que os impactos positivos superem os negativos nas diversas vertentes. Assim, numa área tão complexa e impactante como é a da organização e gestão de eventos, importa perceber também quais as desvantagens que os inquiridos denotam nas cidades ao longo da ocorrência de um evento (Gráfico 11).

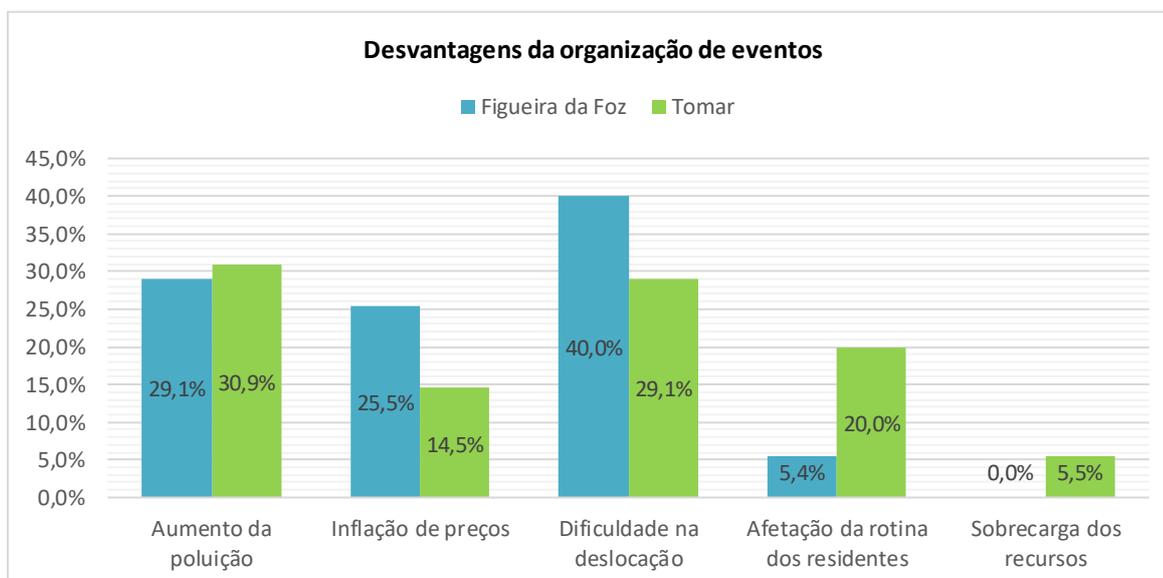


Gráfico 11 - Desvantagens que os inquiridos referiram resultantes da organização de eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Analisando os dados de uma forma generalizada, é constatável que a desvantagem mais referida pelos respondentes diz respeito à dificuldade que sentem na deslocação nas cidades (69,1%), à qual se segue, com uma diferença percentual baixa, o aumento da poluição (60,0%). Refira-se, ainda, que uma desvantagem muito pouco referida foi a sobrecarga dos recursos (5,5%), tendo sido mesmo apenas referida pelos inquiridos em relação a Tomar.

No que concerne somente à Figueira da Foz, a análise é semelhante ao cenário anterior, já que a dificuldade na deslocação foi a desvantagem mais referida (40,0%), após a qual se aponta o aumento da poluição (29,1%) e, ainda, a inflação dos preços (25,5%).

Na cidade de Tomar, o panorama relativo às duas desvantagens mais apontadas mantém-se, ainda que o aumento da poluição surja com um maior valor percentual (30,9%) face à dificuldade na deslocação (29,1%). Em terceiro lugar, todavia, o panorama já é um pouco diferente, atendendo a que desvantagem mencionada é a afetação da rotina dos residentes (20,0%).

Tendo estes aspetos em conta é perceptível que, na perceção dos inquiridos, existem não só dois problemas que são os mais visíveis aquando da organização de um evento, como também é concluível que o número de vantagens supera o número de desvantagens.

VI.3.5. Aspetos mais atrativos num evento

Independentemente da sua tipologia e localização, importa perceber o que é que um evento pode oferecer para que se torne mais atrativo (Gráfico 12).

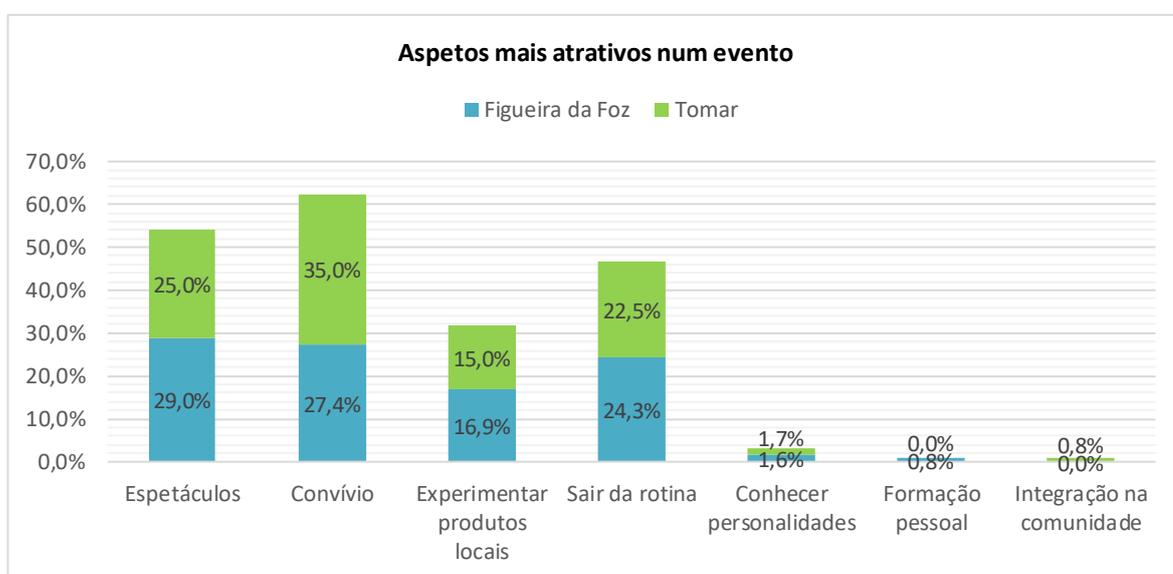


Gráfico 12 - Motivos que os inquiridos apontaram como sendo os mais atrativos em eventos na Figueira da Foz e em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Quando analisadas as respostas relativas às duas cidades em conjunto, denota-se que a oportunidade de conviver (62,4%) é o que mais atrai as pessoas a participar num evento, à qual se segue a vontade de assistir aos espetáculos (54,0%). Pelo lado contrário, como fatores não interessantes à promoção da atratividade de um evento aponta-se o conhecer personalidades (3,3%), a integração da comunidade local (0,8%) e o contributo para a formação pessoal (0,8%).

Analisando somente a Figueira da Foz, é de referir que os dois primeiros aspetos mencionados anteriormente são também os mais votados na cidade. Todavia, os espetáculos que o evento dinamiza surgem como o aspeto mais atrativo (29,0%), e só depois surge o convívio (27,4%). Não obstante, com um valor percentual muito próximo aponta-se a necessidade de sair da rotina (24,3%) e, posteriormente, a vontade de experimentar produtos locais (16,9%).

No caso de Tomar, salienta-se que os aspetos considerados mais atrativos se mantêm, mas as prioridades alteram-se, atendendo a que o convívio é a principal razão para os inquiridos irem a um evento (35,0%). Com alguma distância percentual, surgem os espetáculos (25,0%), a oportunidade de sair da rotina (22,5%) e a vontade de experimentar produtos locais (15,0%).

Em suma, conclui-se que a principal diferença entre a Figueira da Foz e Tomar é que numa cidade o aspeto considerado mais atrativo são os espetáculos e noutra é a oportunidade de conviver com as pessoas, respetivamente.

VI.3.6. Preferências pelas tipologias de eventos

Considerados os aspetos votados como os mais atrativos, importa também perceber quais as tipologias de eventos em que os inquiridos mais interesse têm.

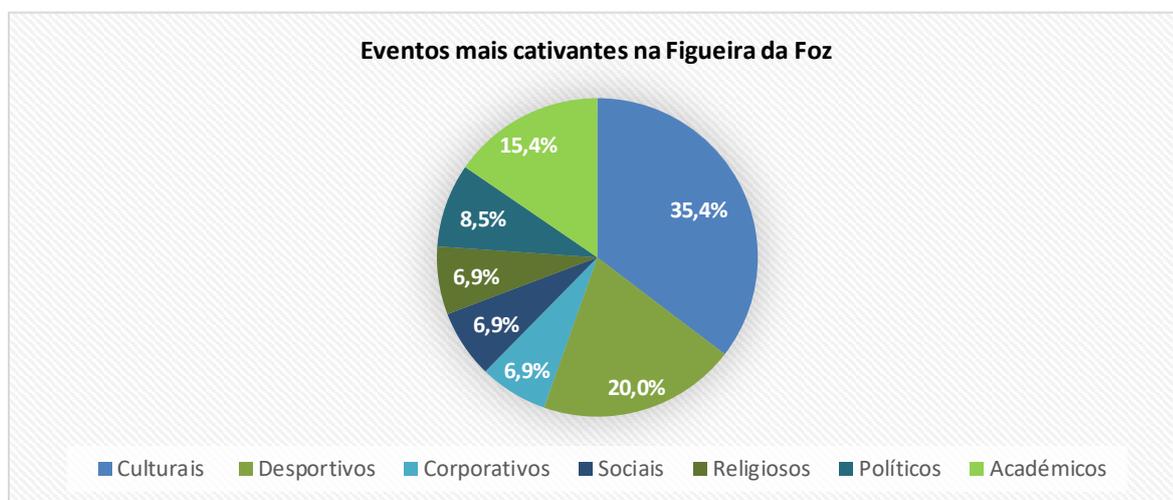


Gráfico 13 - Tipologias de eventos consideradas mais cativantes pelos inquiridos na Figueira da Foz.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Analisando a Figueira da Foz (Gráfico 13), constata-se que os eventos culturais são os que os inquiridos consideram os mais cativantes (35,4%), aos quais se seguem os eventos desportivos (20,0%) e os académicos (15,4%). Como menos cativantes, são referidos os eventos políticos (8,5%) e os corporativos, sociais e religiosos (todos eles com 6,9%).

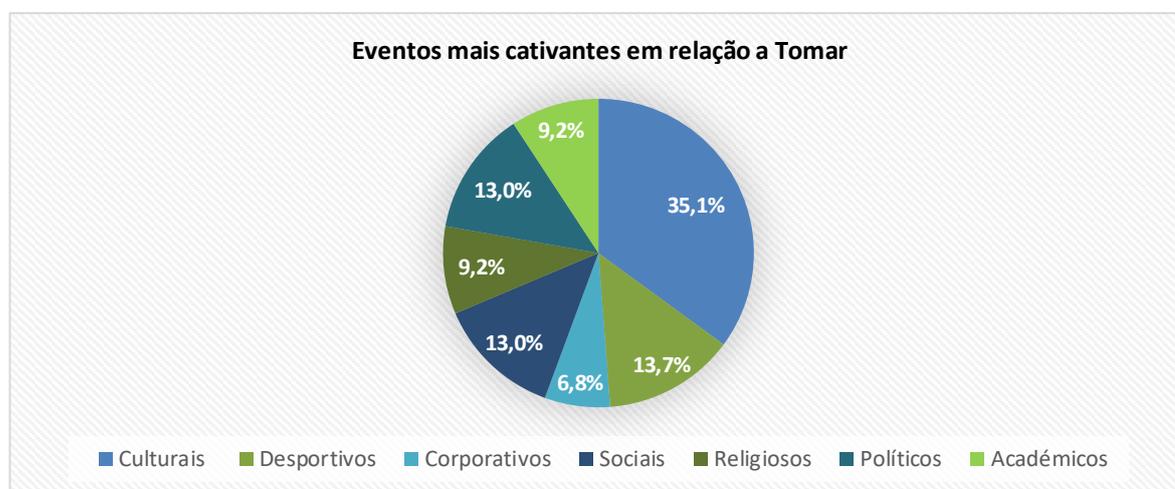


Gráfico 14 - Tipologias de eventos consideradas mais cativantes pelos inquiridos em Tomar.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Por sua vez, analisando as respostas relativas a Tomar (Gráfico 14), salienta-se que também os eventos culturais são considerados os mais cativantes (35,1%). Com uma diferença percentual considerável, de seguida surgem os eventos desportivos (13,7%), os sociais e os políticos (ambos com 13,0%). Por fim, como eventos considerados os menos cativantes, surgem os eventos religiosos e académicos (ambos com 9,2%) e os corporativos (6,8%).

Desta maneira, é de referir que tanto na Figueira da Foz, como em Tomar, os eventos culturais e de entretenimento apresentam, na perspetiva dos inquiridos, um maior fator atrativo, aos quais se seguem os eventos desportivos. Contudo, a partir daí as preferências entre as duas cidades tornam-se díspares, notando-se que na cidade de Tomar as percentagens das diferentes tipologias estão em maior equilíbrio entre si, quando em comparação com a Figueira da Foz.

VI.3.7. Perceção do número de eventos ao longo do ano

Com a aplicação destes questionários era crucial perceber a perceção que os participantes têm acerca do número de eventos que são realizados ao longo de todo o ano, no sentido de

perceber se consideram essa quantidade suficiente ou se acham que a oferta não é capaz de responder à procura existente (Gráfico 15).

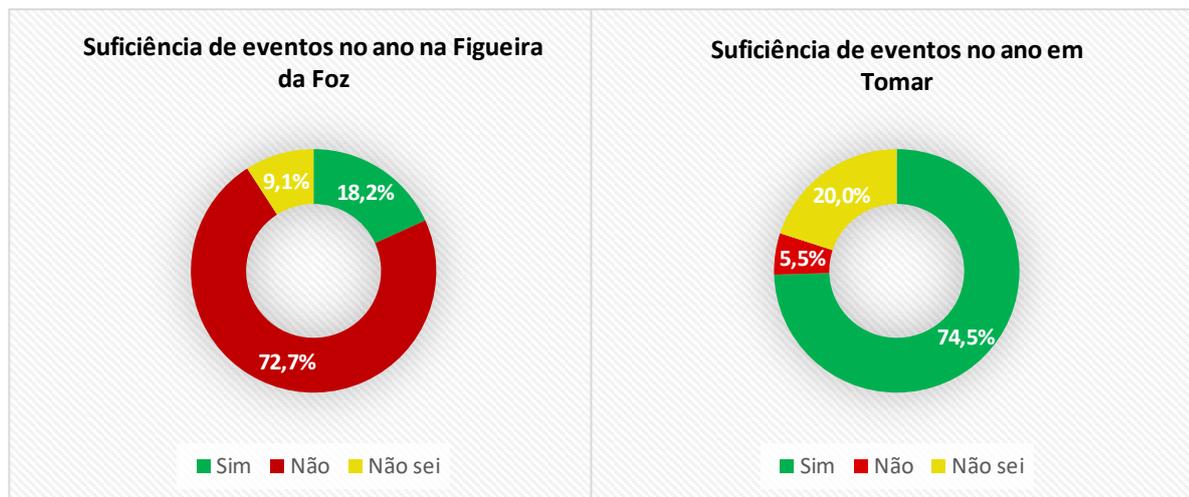


Gráfico 15 - Percentagem de inquiridos que consideram a oferta de eventos ao longo do ano suficiente.

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Como é passível de se concluir pelo Gráfico 15, o cenário na Figueira da Foz em nada se coaduna com o de Tomar, atendendo a que, na primeira cidade, a grande maioria dos inquiridos (72,7%) considera a oferta de eventos ao longo do ano não suficiente, ao passo que em Tomar, quase a mesma percentagem de inquiridos (74,5%), considera que a oferta é suficiente.

Sem embargo, é notório que na Figueira da Foz existe uma perceção mais clara desta questão, já que apenas 9,1% dos inquiridos disseram não saber responder, enquanto que em Tomar o valor é consideravelmente mais elevado (20,0%).

Assim, no que concerne à Figueira da Foz, urge a necessidade de trabalhar a quantidade de eventos que é oferecida ao longo de todo o ano, já que apenas 18,2% dos inquiridos afirmaram que esta é suficiente, enquanto que em Tomar só 5,5% consideram não ser suficiente.

VI.3.8. Sugestões de eventos que os inquiridos gostavam de ver ser criados

De forma a concluir estes questionários, foi criada uma questão de resposta opcional que procurava dar a possibilidade de os inquiridos partilharem ideias de eventos que gostariam de ver serem criados futuramente, com o fim de variar a oferta turística e a dinamizar e valorizar a cidade sobre a qual incidiam as questões (Tabela 12).

Tabela 151 - Ideias de novos eventos sugeridos pelos inquiridos da Figueira da Foz e de Tomar.

Figueira da Foz	Tomar
Festival de cinema	Festivais de música
Concertos de verão no exterior do CAE	Festivais temáticos
Feira do mar	Feiras gastronómicas
Concertos na praia	
Exposições sobre a biodiversidade natural	
Festival do gelado	
Festival de música jazz e blues	
Exposição sobre a origem e história da cidade	
Festival de <i>street food</i> ¹⁷	
Eventos durante o inverno	

Fonte: Elaboração própria a partir dos questionários aplicados.

Numa primeira impressão, e atendendo a que maioria dos inquiridos em relação a Tomar consideraram a oferta de eventos ao longo do ano suficiente, não é de admirar que as sugestões dadas em relação a novos eventos sejam menos em Tomar do que na Figueira da Foz.

Analisando somente as respostas da Figueira da Foz, constata-se que a grande maioria pretende fazer uso dos recursos de que a cidade detém e que tanto a demarcam (como é o caso do mar, do areal, da biodiversidade e da história). Por outro lado, também é interessante salientar que, entre algumas das ideias apresentadas, surge o potencial de dinamização de eventos que não ocorram na época alta, mas sim na época baixa (como é o caso do Festival de cinema, do Festival de música jazz e blues e das exposições referidas), o que, por sua vez, poderia resolver a questão dos “eventos durante o inverno” (também mencionada nas respostas).

Quanto a Tomar, é de destacar, igualmente, a preocupação com a valorização e promoção dos recursos de que a cidade e a sua zona geográfica dispõem (latente na amostra de produtos do interior através das Feiras gastronómicas), bem como a vontade de ter mais festivais na cidade que, habitualmente, é demarcada por outro tipo de eventos.

¹⁷ Entendida como a “comida de rua feita no momento e vendida em espaços públicos” (Duarte S. , 2018, p. 5).

Capítulo VII.

Discussão de Resultados

VII. Discussão de Resultados

Após a análise cuidadosa dos resultados obtidos a partir dos inquéritos relativos tanto à Figueira da Foz como a Tomar, existem alguns pontos que se sobressaem e que devem ser tidos em consideração, tendo em conta que poderão ser fatores-chave no desenvolvimento e aperfeiçoamento da área da organização e gestão de eventos.

Em primeiro lugar, é de referir a menor capacidade que a Figueira da Foz apresenta na cativação de participantes quando comparado com Tomar, o que faz perceber que não é a grande quantidade de eventos que se oferece que torna o destino mais passível de ser visitado. Isto porque, a quantidade de eventos referidos na Figueira da Foz foi superior e, mesmo assim, a primazia de participação nesses eventos adveio da população residente, ao passo que em Tomar se registou uma maior adesão e forte participação por parte de não residentes perante uma menor variedade de eventos.

Seguidamente, há que referir a sazonalidade associada à organização de eventos, já que apesar destes serem apontados como um meio capaz de combater o turismo em massa durante a época alta associada aos meses de verão, se denota que nem a Figueira da Foz nem Tomar trabalham nesse sentido. Mesmo com os recursos e potencial turístico que apresentam ao longo de todo o ano, percebe-se a fraca oferta de eventos que as duas cidades têm durante os meses mais frios, ainda que tal não seja apresentado como um motivo pelos inquiridos para a não participação em eventos.

No que concerne às tipologias de eventos, torna-se evidente que Tomar trabalha melhor a sua capacidade de oferecer uma maior variedade de escolha e complexidade, uma vez que dinamiza vários eventos que combinam mais do que uma só tipologia, o que pode contribuir para o facto dos eventos nesta cidade serem considerados mais cativantes e atraírem mais pessoas do que na Figueira da Foz.

Por sua vez, é de notar que a vontade de conhecer, o gosto já adquirido pelo evento em si, a oportunidade de conviver e a vontade de assistir aos espetáculos são as motivações que mais levam os inquiridos a participar em eventos no geral. Estes pontos aliados à questão de que o convívio e os espetáculos são também considerados o que de mais atrativo um evento tem para oferecer, leva a que se denote a importância de haver um maior foco, investimento e trabalho nestes dois pontos.

Na mesma linha de pensamento, há que também ter em atenção os aspetos que foram apontados como motivos que levaram os inquiridos a não participar em nenhum evento, nomeadamente a distância, a má divulgação, o ser pouco cativante e o não estar nos planos. Ainda

que a distância a que a cidade fica não possa ser um ponto passível de melhorias quando se fala em organizar e gerir um evento, os restantes pontos podem, e devem, ser melhorados com fim a melhorar os eventos e torná-los suscetíveis a uma maior visitação.

Para além do mais, há que notar as desvantagens que os inquiridos associaram à dinamização de um evento no destino, prendendo-se as duas principais desvantagens com o aumento da poluição e a dificuldade na deslocação dentro da cidade que, à semelhança dos motivos apontados no ponto anterior, são aspetos que podem ser melhorados e trabalhados no sentido de não terem um impacto tão significativo no destino e na perspetiva de todos aqueles que participam num evento.

Os resultados obtidos através dos inquéritos fazem também perceber que o investimento e a aposta na criação e organização de eventos devem ser feitos, atendendo a que não houve um único inquirido que não considerasse os eventos como um fator importante para os destinos envolvidos no estudo, apontando como principais vantagens resultantes da dinamização de eventos a promoção do turismo, a dinamização da economia local e a vivacidade renovada que é trazida aos destinos.

Refira-se, ainda, que existe uma clara tendência de preferência pelos eventos culturais e de entretenimento, o que faz perceber que os inquiridos procuram iniciativas que celebrem a arte, a cultura e a música, e que possibilitem a preservação e promoção do património cultural ao mesmo tempo que promovem o contacto e a troca de experiências e conhecimentos entre as demais pessoas. Ainda assim, os eventos com carácter desportivo também se realçam ao nível das principais preferências, o que faz denotar o gosto que os inquiridos têm pelo desporto e pelas competições e torneios organizados nesse âmbito.

Para concluir, importa ainda realçar a perceção dos inquiridos perante a oferta de eventos ao longo de todo o ano na Figueira da Foz, já que eles consideram que a grande maioria considera não haver uma oferta suficiente de eventos, algo que deve ser tido (ainda mais) em conta, atendendo a que muitos dos inquiridos são residentes, o que, à partida, significa que têm um maior conhecimento das iniciativas que são levadas a cabo na cidade. Em contraposto, os inquiridos relativos a Tomar consideraram esta oferta suficiente, o que faz perceber que os seus eventos terão um maior impacto e interesse do que aqueles que são organizados na Figueira da Foz (que “sabem a pouco”). Ora, tal justifica o facto de os inquiridos relativos a Tomar terem apresentado poucas ideias para futuros eventos que poderiam ser desenvolvidos, ao passo que na Figueira da Foz foram feitas muitas sugestões que, por sua vez, trouxeram ao de cima a urgência de se tirar proveito dos recursos, história e características únicas de que a cidade dispõe e que os inquiridos não consideram estar a ser valorizadas.

Capítulo VIII.
Conclusões e Perspetivas Futuras

VIII. Conclusões e Perspetivas Futuras

Tal como verificado pelos resultados apresentados (ainda que os mesmos, num futuro estudo, devam ser levados mais além e os questionários devam ser aplicados a mais cidades de Portugal para corroborar a veracidade e tendências obtidas), é inegável que os eventos têm uma importância esmagadora na sociedade, devendo ser merecedores da atenção e investimento por parte dos demais destinos.

Tendo como foco somente a revisão da literatura, esta permitiu chegar a algumas conclusões, entre as quais o facto de os eventos terem um papel preponderante na sociedade desde há muitos anos atrás, tendo sempre acompanhado o desenvolvimento da sociedade e as tendências de consumo da mesma. Ora, isto faz perceber a capacidade que os eventos têm em dar resposta aos mais diversos públicos, já que conseguem ser dinamizados recorrendo aos mais diversos recursos, espaços e património, contribuindo para a valorização e promoção destes.

Para além do mais, foi possível também concluir que entre o turismo e a organização de eventos é estabelecida uma relação de interdependência que se reflete em benefícios para ambas as partes, seja a nível social, como económico e estrutural. Para além do mais, e atendendo a que os eventos contribuem para a maior intensificação da atividade turística, este fator deveria ser aproveitado na organização de eventos na época baixa, o que permitiria esbater a questão da sazonalidade no turismo. Não obstante, há sempre que ter em consideração que organizar um evento tem tantas consequências positivas como negativas e, ainda que as positivas tendam a ser bastante superiores e mais perceptíveis que as negativas, deve-se trabalhar no sentido de tentar mitigar as estas últimas o máximo possível. Deste modo, não apenas se trabalha no sentido de se obter um equilíbrio saudável neste ecossistema que engloba o turismo e o ambiente, como também se promove o desenvolvimento da atividade turística de uma forma viável para as gerações futuras.

Por fim, há que referir o crescimento que se tem vindo a apontar no número de empresas ligadas à organização e gestão de eventos e no número de espetadores, cenário este visível não apenas em Portugal, mas também na Região Centro. Ao nível desta Região, há que destacar as cidades da Figueira da Foz e de Tomar que, apesar de não serem as cidades que têm a atividade turística mais forte, têm uma oferta de eventos muito específica e vincada aos recursos únicos de que dispõem, o que lhes confere uma autenticidade única no panorama nacional.

No que concerne ao estágio que foi realizado, há que dizer que, estando inserida numa área que se encontra numa fase de crescimento constante e com uma procura turística expressiva, é incontestável que a Andamento Produções está perante uma oportunidade inigualável de se expandir e marcar uma posição de maior destaque e competitividade no mercado da organização e gestão de eventos.

Atendendo a que, atualmente, os eventos mais procurados pela sociedade são os culturais e de entretenimento, a empresa apresenta um maior potencial e capacidade de dar resposta à atual procura turística. Contudo, e tendo em conta a instabilidade associada à procura turística (que, perante a evolução da sociedade e o surgimento de novos produtos e mercados pode levar a que haja uma mudança da vontade do turista), uma proposta de melhoria para a empresa seria a mesma não ter um foco quase total no desenvolvimento de eventos apenas da tipologia referida. Assim, seria pertinente a Andamento Produções procurar variar os serviços e trabalhos que desenvolve em outras tipologias, nomeadamente na tipologia desportiva (que se viu ser, igualmente, muito procurada) e na tipologia corporativa, visto que nos dias que decorrem é um setor que se encontra também em ascensão.

De um ponto de vista mais interno à empresa, é notória a necessidade de haver melhorias na comunicação, na organização e no espírito cooperativo e de entreaajuda entre todas as partes envolvidas na concretização de um evento. Como já referido, organizar e gerir um evento é um processo complexo que requer tempo e cuidados reforçados para que seja considerado um sucesso. Ora, é sabido que uma equipa que comunique e esteja motivada em todas as frentes, desempenhará um melhor trabalho e terá mais capacidade de dar resposta a todas as necessidades e problemas que surjam. Para além do mais, se houver uma filtragem e melhor organização da agenda de trabalho (para que não haja muitos eventos na mesma data), a atenção dada a cada evento será maior e dará mais margem para trabalhar em pormenores que poderão causar uma melhor impressão e realçar a imagem da empresa de todas as outras.

Abordando os questionários que foram aplicados, denota-se a importância que todos os inquiridos conferiram à organização de eventos, pelo que deve haver um investimento nestes no sentido de aumentar e variar a oferta existente. Ainda que os eventos mais procurados sejam os da tipologia de cultura e entretenimento, tornou-se notório que existe um crescente interesse noutras tipologias (nomeadamente, desportiva, religiosa, académica e social), o que vai de encontro à expansão que a área da organização e gestão de eventos tem vindo a apresentar.

Outra conclusão interessante que se pode retirar dos questionários é o facto dos inquiridos valorizarem, por um lado, a oportunidade de puderem conviver e assistir a espetáculos durante os eventos, mas, por outro lado, verem estes como um meio para enaltecer e dar a conhecer os recursos de que as cidades da Figueira da Foz e de Tomar dispõem, tendo, inclusive, dado ideias de novos eventos que poderiam contribuir para esta valorização.

Tendo tudo isto em conta, percebe-se que tanto as conclusões obtidas da pesquisa bibliográfica, como do estágio e dos questionários estão em concordância, e levam a perceber que a área da organização e gestão de eventos se encontra numa posição muito benéfica, já que

atualmente dispõe de recursos e meios que lhe permitem explorar novos conceitos e tipologias, podendo-lhe conferir uma diferenciação e originalidade como nunca antes vista. Contudo, tendo em conta que nos encontramos numa sociedade em que as adversidades diárias (sejam políticas, sociais, económicas ou ambientais) são constantes, é mais importante que nunca combater aquelas que são as consequências negativas que a organização de eventos pode ter para assegurar, efetivamente, esse potencial crescimento e continuidade.

Nesse sentido, e no que concerne aos impactos ambientais, a solução para os reduzir pode passar pela aplicação de coimas e atribuição de prémios e incentivos para os eventos que implementarem medidas verdes. Desta maneira, não só proporcionam uma boa experiência aos participantes, não causam danos ao ambiente (como é exemplo o uso obrigatório de copos recicláveis que, ao terem um dado custo e uma estampagem de marketing associada ao evento, não são deitados fora e são continuamente utilizados).

Ao nível do congestionamento do tráfego, seria importante definir e desenvolver planos que incluam estratégias alternativas ao normal funcionamento do trânsito, estratégias essas que poderiam passar pela criação de serviços temporários com rotas próprias criadas baseadas no evento, e no incentivo ao uso dos transportes públicos por meio da prática de pacotes ou preços sugestivos que pudessem beneficiar os participantes.

Por sua vez, de modo a minimizar o descontentamento dos residentes e a polarização dos benefícios, dever-se-ia proceder à integração da comunidade e dos negócios locais no processo de organização do evento, procurando dar voz às suas preocupações e sugestões neste planeamento.

Quanto à segurança e saúde pública, a mesma poderia ser reforçada por meio do estabelecimento de uma relação próxima com os agentes de segurança e cuidados médicos, de modo a serem desenvolvidas estratégias e planos de contingência que pudessem permitir a rápida atuação em caso de necessidade.

No que à apropriação cultural diz respeito, torna-se clara a necessidade de ser desenvolvida uma linha de comunicação aberta e próxima entre todos, de maneira a que as informações acerca da tradição e costumes locais pudessem ser bem transmitida e valorizada na dimensão que merece (o que pode ser feito através da partilha de publicações, colocação de cartazes e criação de *QR-Codes* informativos e acessíveis a todos os participantes).

Por último, de forma a combater a gentrificação, é importante ressaltar que a comunidade beneficia da organização de um evento, seja durante o mesmo (praticar, por exemplo, preços de acesso ao evento mais baixos para os residentes), seja no pós-evento (dar, por exemplo, primazia à colocação dos residentes em novos postos de trabalho que possam surgir).

Em suma, organizar um evento num destino é ter de traçar um planeamento muito cuidado e pensado para que os efeitos positivos suprimam os negativos, pois só assim é que essa organização poderá ter sucesso e ser viável, em termos de continuidade, ao longo de muitos anos.

Como tem acontecido até aos dias que decorrem, existe uma grande probabilidade de o futuro dos eventos em Portugal ser moldado pelas tendências globais e desenvolvimento que a sociedade vai experienciar com a passagem do tempo.

Não obstante, e em resultado das alterações climáticas e das consequências astronómicas que as mesmas têm causado, a sustentabilidade tem sido um alvo de consideração e preocupação constante. Essa questão, associada ao surgimento daquele que é o “novo turista” (que valoriza o património e a sua preservação e autenticidade), faz prever que o futuro dos eventos passe, em parte, pela adoção de estratégias e a implementação de práticas amigas do ambiente.

Da mesma forma, atendendo à vontade crescente que os turistas têm demonstrado pela procura de experiências únicas, não vulgares, poderá surgir a oportunidade para os eventos se expandirem e serem dinamizados não apenas fora da época alta, como também em novas zonas do país. Ora, isto poderá ajudar não apenas a esbater a sazonalidade, mas também a massificação do turismo durante os meses de verão, podendo, ainda, dar a conhecer zonas não tão conhecidas a nível nacional.

Por outro lado, atendendo à globalização e desenvolvimento tecnológico com que nos deparamos, é expectável que a organização de eventos virtuais e híbridos venha a aumentar, o que poderá expandir o alcance e número de participantes a uma escala nunca antes vista, já que qualquer pessoa pode participar de qualquer lugar no mundo.

No que concerne à gastronomia e vinhos, com o destaque e reconhecimento que estes têm vindo a ganhar a nível internacional, poder-se-á assistir à evolução de eventos (como feiras, provas e festivais) que promovam estes recursos a um nível global, bem como à valorização e desenvolvimento de setores como o enoturismo e o *beer tourism*.

Já ao nível da saúde, denota-se que a procura por destinos que permitam experiências de relaxamento e de bem-estar tem estado a aumentar também, o que poderá levar à criação e desenvolvimento de infraestruturas que possibilitem o aproveitamento dos recursos e condições únicas que Portugal tem devido à sua localização costeira, abrindo portas à área da organização e gestão de eventos para criar iniciativas que promovam retiros focados no turismo do bem-estar.

Atendendo a todos os pontos apresentados, é perceptível que o futuro dos eventos em Portugal apresenta uma grande potencialidade e oportunidade de crescimento se bem explorado e pensado, devendo sempre ter em conta os cenários económico, político e social com que o país se depara e as oportunidades e constrangimentos que tais podem trazer.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS/FONTES CONSULTADAS

- Albuquerque, S. (2004). *Turismo de Eventos, A importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo*. Brasília: Centro de Excelência em Turismo.
- Alvarado, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Alves. (25 de abril de 2023). *Confirmada Unidade Local de Saúde na Figueira da Foz*. Obtido de Diário As Beiras: <https://www.asbeiras.pt/2023/04/confirmada-unidade-local-de-saude-na-figueira-da-foz/>
- Araújo, J. (2009). *Marketing de Eventos*. Brasília: Faculdade de Tecnologia e Ciências Aplicadas.
- Araújo, L. (16 de agosto de 2018). *A importância dos eventos na promoção do destino*. Obtido de Event Point: <https://www.eventpointinternational.com/ler/arquivo/a-importancia-dos-eventos-na-promocao-do-destino>
- ARX Eventos. (2023). *ARX Eventos*. Obtido de A história dos eventos: <https://arxeventos.com.br/a-historia-dos-eventos/>
- Associação de Professores de Geografia. (2021). *Gentrificação*. Obtido de RTP Ensina: <https://ensina.rtp.pt/explicador/gentrificacao/>
- Barranco, R., Jacobs-Crisioni, C., & Heerden, S. v. (2020). *Characterisation of Tourism Expenditure in EU regions*. European Commission.
- Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in Tourism*. Pergamon: Elsevier.
- Bezerra, J. (2019). *Cultura material e Cultura imaterial*. Obtido de Significados: <https://www.significados.com/cultural-material-e-cultura-imaterial/>
- Bom Dia Europa. (7 de novembro de 2015). *Figueira da Foz vai ter primeira aquacultura de enguias da Península*. Obtido de Bom Dia: <https://bomdia.eu/figueira-da-foz-vai-ter-primeira-aquacultura-de-enguias-da-peninsula/>
- Bússola. (11 de agosto de 2021). *Bússola Trends: Eventos híbridos serão formatos comuns no pós-pandemia*. Obtido de Exame: <https://exame.com/bussola/bussola-trends-eventos-hibridos-serao-formatos-comuns-no-pos-pandemia/>
- Butler, R. (1994). *Seasonality in Tourism: Issues and Problems*. The Tourist Review.
- Câmara Municipal da Figueira da Foz. (2023). *Figueira da Foz*. Obtido de Câmara Municipal da Figueira da Foz: <https://www.cm-figfoz.pt/pages/660>
- Câmara Municipal da Figueira da Foz. (2023). *Invista na Figueira*. Obtido de Figueira, município da Figueira da Foz: <https://www.cm-figfoz.pt/pages/6>
- Câmara Municipal de Sesimbra. (2021). *O que é o birdwatching?* Obtido de Birdwatching: <http://birdwatching.sesimbra.pt/o-que-e/>

- Câmara Municipal de Tomar. (21 de outubro de 2019). *Caracterização do Município*. Obtido de Tomar: <http://www.cm-tomar.pt/index.php/pt/concelho>
- Câmara Municipal de Tomar. (28 de abril de 2020). *ACES Médio Tejo: Cuidados de Saúde disponíveis nos Centros e Extensões de Saúde (regras, horário e formas de funcionamento das Unidades Funcionais)*. Obtido de Tomar Cidade Templária: <http://www.cm-tomar.pt/index.php/pt/info-munice/1266-aces-medio-tejo-cuidados-de-saude-disponiveis-nos-centros-e-extensoes-de-saude-regras-horario-e-formas-de-funcionamento-das-unidades-funcionais>
- Câmara Municipal de Tomar. (29 de agosto de 2022). *Águas Balneares*. Obtido de Tomar Cidade Templária: <http://www.cm-tomar.pt/index.php/pt/visitar-2/aguas-balneares>
- Câmara Municipal de Tomar. (6 de maio de 2023). *Estação Náutica - a Albufeira, a Paisagem e a Cultura*. Obtido de Tomar Cidade Templária: <http://www.cm-tomar.pt/index.php/pt/visitar-2/estacao-nautica>
- Câmara Municipal de Tomar. (2023). *Parque Empresarial*. Obtido de Tomar Cidade Templária: <http://www.cm-tomar.pt/index.php/pt/investir/pet>
- Cambridge Dictionary. (2023). *Cambridge University Press and Assessment*. Obtido de Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/event>
- Cannas, R. (2012). *An overview of Tourism Seasonality: key concepts and policy*. Bologna: AlmaTourism.
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). *Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives*. Milano: Department of Business Economics and Law-DiSEADE.
- Cardoso, M. (2013). *A Importância da Organização de Eventos no Turismo*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Casarotto, C. (14 de julho de 2020). *Dossier das gerações: o que são as gerações Millennials, GenZ, Alpha e como a sua marca pode alcançá-las*. Obtido de RockContent: <https://rockcontent.com/>
- Castravechi, L., Simeão, D., Cunha, L., & Constantino, N. (2018). *OS EVENTOS COMO FOMENTADORES DO TURISMO: UM ESTUDO DE CASO DA FIT PANTANAL*. Campo Grande: Revista Ateliê do Turismo.
- Cavaca, B. (julho de 7 de 2023). *Tabuleiros, cor e flores de papel. O que leva 800 mil pessoas a tomar, este domingo?* Obtido de Sapo: <https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/tabuleiros-cor-e-flores-de-papel-o-que-leva-800-mil-pessoas-a-tomar-este-domingo>
- Cavalcanti, R. (13 de junho de 2017). *O que é um evento?* Portal Idea.
- Cazarotto, C. (1 de março de 2022). *10 Principais características de consumo dos viajantes atuais*. Obtido de Circuito Turístico Lago de Irapé:

<https://www.circuitolagodeirape.com.br/post/10-principais-caracter%C3%ADsticas-de-consumo-dos-viajantes-atuais>

Chung, J. (2009). *Seasonality in Tourism: A Review*. Texas: Department of Recreation, Park, and Tourism Sciences.

Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra. (2015). *Câmara Municipal da Figueira da Foz*. Obtido de Entidades da CIM - Região de Coimbra: <https://centraldecompras.cim-regiaodecoimbra.pt/entidade/view?id=15>

Conselho Local de Acção Social do Município da Figueira da Foz. (2015). *Diagnóstico Social do Município da Figueira da Foz*. Figueira da Foz: Câmara Municipal da Figueira da Foz.

Costa, A. (2016). *Importância dos Eventos para a promoção dos Destinos Turísticos*. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Coutinho, H., & Coutinho, H. (2007). *Turismo de Eventos como Alternativa para o Problema da Sazonalidade Turística*. Amazonas: Revista Eletrônica Aboré.

Dias, J. F. (2014). *Os Eventos Enquanto Estratégia de Promoção Turística do Destino Brasil*. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Duarte, C. (2015). *Relatório de Estágio: Organização e Gestão de Eventos*. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Duarte, J. (2009). *Organização e Gestão de Eventos - Métodos e técnicas e a sua aplicação na actividade das empresas de eventos*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

Duarte, S. (2018). *Turismo Gastronómico. Street Food: Um Contributo para o Turismo na região de Cascais*. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

eInforma. (2023). *Organização Eventos*. Obtido de Empresite: <https://empresite.jornaldenegocios.pt/Actividade/ORGANIZACAO-EVENTOS/>

Eucléa Business School Middle East. (6 de março de 2023). *How technology is changing the events industry*. Obtido de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/how-technology-changing-events-industry>

Eventdex. (2023). *Looking Back: How Has The Event Industry Changed Over The Years?* Obtido de Eventdex: <https://www.eventdex.com/blog/looking-back-how-has-the-industry-changed-over-the-years/>

Everything is New. (2023). *Nos Alive*. Obtido de Nos Alive Festival: <https://nosalive.com/>

Felício, A. I. (11 de janeiro de 2023). *Guilherme Duarte: uma visão sobre a agricultura e floresta no nordeste de Tomar*. Obtido de Cidade de Tomar: <https://www.cidadetomar.pt/2023/01/11/sem-categoria/guilherme-duarte-uma-visao-sobre-a-agricultura-e-floresta-no-nordeste-de-tomar/>

- Fernandes. (2012). *O contributo do turismo de eventos desportivos para o desenvolvimento turístico do município de Guimarães: estudo de caso do Vitória Sport Clube*. Minho: Universidade do Minho.
- Fernandes, S. (2015). *Evento e Dinamização Turística da Figueira da Foz - Oferta, Impactos e Estratégias*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Ferreira, M., Ribeiro, G., Rodrigues, R., Marques, K., Lima, R., & Santos, S. (2010). *Turismo de eventos: análise profunda e atualizada do setor em São Luís – MA*. Revista Turismo e Desenvolvimento.
- Freeman, R., & McVea, J. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Virginia: Darden Graduate School of Business Administration.
- Fugas e Lusa. (19 de julho de 2023). *Produção artesanal de sal na Figueira da Foz já é Património Cultural Imaterial*. Obtido de Fugas: <https://www.publico.pt/2023/07/19/fugas/noticia/producao-artesanal-sal-figueira-foz-ja-patrimonio-cultural-imaterial-2057376>
- Fundação AIP. (2021). *Futuralia*. Obtido de Futurália: https://futuralia.fil.pt/?doing_wp_cron=1693408902.8621850013732910156250
- Fundação Francisco Manuel dos Santos. (2021). *Censos de 2021*. Obtido de Pordata: <https://www.pordata.pt/censos/quadro-resumo-municipios-e-regioes/figueira+da+foz-476>
- Fundação Serralves. (2023). *Serralves em Festa*. Obtido de Serralves: <https://www.serralves.pt/institucional-serralves/serralves-em-festa/>
- Getz, D. (2007). *Event tourism: Definition, evolution, and research*. Canada: Haskayne School of Business, University of Calgary.
- Getz, D., & Page, S. (2015). *Progress and prospects for event tourism research*. Elsevier.
- Guimarães, T., & Santos, N. (2014). *Os desafios da sazonalidade no turismo: Estratégias para a valorização da oferta turística em Ovar*. THIJ -Tourism and Hospitality International Journal, 3(1).
- Henz, A., Leite, F., & Ruiz, T. (2014). *Um Ensaio Teórico sobre Sazonalidade e Turismo*. Fórum Internacional de Turismo do Iguassu: Research Gate.
- Hernández-Mogollón, J. (2014). *Event Tourism Analysis and State of the Art*. Leiria: European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation.
- Hoffman, C. (18 de maio de 2023). *5 Top Event Profs Reflect on Their Milestone Anniversaries —and How the Industry Has Changed*. Obtido de BizBash: <https://www.bizbash.com/production-strategy/opinion-experts/article/22862027/how-the-event-industry-has-changed>
- Indira Gandhi National Open University. (2018). *Unit-9 Event design*. New Delhi: eGyanKosh.

- Instituto Nacional de Estatística. (2023). *Estatísticas do Turismo - 2022*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística. (2023). *Instituto Nacional de Estatística*. Obtido de Instituto Nacional de Estatística: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE
- Jornal de Negócios. (2023). *Organizacao Eventos*. Obtido de Empresite: <https://empresite.jornaldenegocios.pt/Actividade/ORGANIZACAO-EVENTOS/>
- Lima, S., & Partidário, M. (2002). *Novos Turistas e a Procura da Sustentabilidade. Um Novo Segmento de Mercado Turístico*. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.
- Lobato, E. (2014). *Avaliação da gestão da sustentabilidade de eventos*. Lisboa: Técnico Lisboa.
- LocalHop. (08 de outubro de 2020). *A Brief History of Event Management: Event Planning Then and Now*. Obtido de LocalHop: <https://getlocalhop.com/a-brief-history-of-event-management-event-planning-then-and-now/>
- Lusa. (5 de março de 2012). *Praia cresce 40 metros por ano*. Obtido de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/portugal/praias-cresce-40-metros-por-ano-2342633.html>
- Lusa. (5 de julho de 2022). *RFM Somnii da Figueira da Foz com impacto de 10 milhões na economia local*. Obtido de Rádio Renascença: <https://rr.sapo.pt/noticia/vida/2022/07/05/rfm-somnii-da-figueira-da-foz-com-impacto-de-10-milhoes-na-economia-local/290962/>
- LuxuryKSA. (12 de junho de 2022). *The History of Event Management: Event Planning Now & Then*. Obtido de LuxuryKSA: <https://www.luxuryksa.com/blogs/the-history-of-events-management>
- Marcello, C. (2023). *Apropriação cultural: 6 exemplos (explicados) para entender o conceito*. Obtido de Cultura Genial: <https://www.culturagenial.com/apropriacao-cultural/>
- Marujo. (2015). *O Contributo do Turismo de Eventos para o Desenvolvimento Turístico de uma Região*. Évora: Revista Delos.
- Marujo, M. (2012). *Turismo, Turistas e Eventos: O Caso da Ilha da Madeira*. Évora: Universidade de Évora.
- Matos, A. (2014). *A importância dos eventos no desenvolvimento turístico-cultural de cidades de média dimensão*. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Medeiros, W., Cunha, L., & Almeida, A. (2012). *Riscos Ambientais e Percepção no Litoral: Estudo Comparativo Brasil-Portugal*. ResearchGate.
- Meios & Publicidade. (16 de julho de 2019). *Estudo: Quais os Eventos com Melhor Reputação em Portugal?* Obtido de Meios & Publicidade: <https://www.meiosepublicidade.pt/2019/07/estudo-quais-os-eventos-melhor-reputacao-portugal/>

- Moreira, A., & Batista, A. (2009). *Turismo de Eventos: Desafios Estratégicos de la Ciudad de João Pessoa (Brasil)*. Murcia: Cuadernos de Turismo.
- MOT. (2023). *Br Fest: O Festival que uniu os dois lados do Atlântico na maior festa de praia dedicada à cultura e à música brasileira em Portugal*. Obtido de MOT: <https://memoriesoftomorrow.pt/work/br-fest/>
- Nogueira, L. (2018). *Os Eventos como Impulsionadores do Turismo: Contributos para um Portfólio de Eventos em Cantanhede*. Aveiro: Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo.
- Notícias de Coimbra. (29 de junho de 2023). *Figueira da Foz na desportiva com Beach Rugby Europeu*. Obtido de Notícias de Coimbra: <https://www.noticiasdecoimbra.pt/figueira-da-foz-na-desportiva-com-beach-rugby-europeu/>
- Nunes, P. A. (2021). *A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar*. Tomar: Escola Superior de Gestão de Tomar.
- Observador. (16 de maio de 2016). *Observador*. Obtido de Crise e castigo. A longa estagnação da economia em Portugal: <https://observador.pt/especiais/crise-castigo-longa-estagnacao-da-economia-portugal/>
- O'Farrell, C. (2005). *Michel Foucault*. Austrália: Queensland University of Technology.
- Oklobđžija, S. (2015). *The Role of Events in Tourism Development*. Blace: Visoka poslovna škola strukovnih studija.
- Oliveira. (2018). *Eventos e sua influência no valor do destino. Uma análise em diversas medidas de valor*. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Oliveira, K. V. (2014). *Planejamento e Organização de Eventos*. Brasília: NT Editora.
- OnStrategy. (2022). Nos Alive e Taça de Portugal Futebol lideram ranking dos eventos com melhor reputação em Portugal. *OnStrategy apresenta resultados dos eventos de música e desporto com melhor reputação em 2022*. (p. 2). OnStrategy.
- Orellana, K. (17 de novembro de 2022). *What is Overtourism... and How Can We Prevent it?* Obtido de Solimar International: <https://www.solimarinternational.com/what-is-overtourism-and-how-can-we-prevent-it/>
- Pacheco, C. (1 de junho de 2021). *A Nova Realidade: Os Eventos do Futuro*. Obtido de LinkedIn: <https://pt.linkedin.com/pulse/nova-realidade-os-eventos-do-futuro-ana-catarina-pacheco>
- Peggada. (10 de agosto de 2023). *Feira de São Mateus é a primeira do país com certificação de evento sustentável*. Obtido de Peggada: <https://peggada.com/feira-de-sao-mateus-certificacao-evento-sustentavel/>
- Pinheiro, A. M. (14 de janeiro de 2020). *Grandes eventos dão mais 3 milhões de euros ao alojamento local*. Obtido de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/dinheiro/grandes-eventos-da-o-mais-3-milhoes-de-euros-ao-alojamento-local-11703239.html>

- Pordata. (30 de setembro de 2022). *Pordata*. Obtido de Pordata Estatísticas sobre Portugal e Europa:
<https://www.pordata.pt/portugal/espeticulos+ao+vivo+sessoes+e+espectadores-583-4136>
- Portal Regional do Médio Tejo. (2023). *Setor de Atividade Económica*. Obtido de Médio Tejo:
<https://mediotejo.pt/index.php/menu-setor-de-atividade-economica>
- Prince, H. (23 de junho de 2021). *Then and Now: A History of the Event Planning Industry*. Obtido de Event Planner: <https://www.eventplannerspain.com/en/blog/then-and-now-history-event-planning-industry>
- Raeburn, A. (28 de novembro de 2022). *Análise SWOT/FOFA: o que é e como usá-la (com exemplos)*. Obtido de Asana: <https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>
- Rafael, M. (2016). *Conciliar o novo turista com destinos sol e praia – Caso do Algarve*. Lisboa: Universidade Europeia.
- República Portuguesa. (26 de novembro de 2021). *Fórum Europeu para a Redução de Risco de Catástrofes reconhece urgência crucial de enfrentar riscos climáticos*. Obtido de República Portuguesa: <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=forum-europeu-para-a-reducao-de-risco-de-catastrofes-reconhece-urgencia-crucial-de-enfrentar-riscos-climaticos>
- Revista do Empreendedor. (27 de setembro de 2022). *Mercado de Eventos cresce 273%*. Obtido de Revista do Empreendedor: <https://www.empreendedor.com/mercado-de-eventos-cresce-273/>
- Ribeiro. (2020). *O impacto dos eventos na imagem de uma cidade: o caso do Porto*. Minho: Mestrado em Ciências da Comunicação.
- Ribeiro, A. I. (26 de agosto de 2022). *Booking já esgotou em Coimbra por causa dos Coldplay?* Obtido de Fugas: <https://www.publico.pt/2022/08/26/fugas/noticia/booking-ja-esgotou-coimbra-causa-coldplay-vicepresidente-camara-2018409>
- Rodrigues, F. (2021). *Overtourism – As novas e velhas questões do turismo de massa*. São Paulo: Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- Rodrigues, M. V. (15 de junho de 2017). *O que é o Geocaching e o que preciso de saber?* Obtido de Observador: <https://observador.pt/explicadores/geocaching/>
- Santos. (1 de abril de 2021). *À Mesa | Em abril iguarias mil com doces de Tomar e dos Conventos*. Obtido de mediotejo.net: <https://mediotejo.net/a-mesa-em-abril-iguarias-mil-com-doces-de-tomar-e-dos-conventos/>
- Santos, J. (2018). *Eventos e Animação Turística no Rtingroup*. Évora: Universidade de Évora.

- Santos, R., & Cordeiro, M. (2011). *A Importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo Regional*. Revista Científica Eletrónica de Turismo.
- Sapo. (12 de setembro de 2019). *Rock in Rio*. Obtido de Rock in Rio Lisboa: <https://rockinriolisboa.sapo.pt/novidade/mais-de-182-mil-pessoas-celebraram-os-15-anos-do-rock-in-rio-lisboa/>
- Sarsby, A. (2016). *SWOT Analysis*. England: Leadership Library.
- Scheuer, L. (2011). *Percepção geográfica e planejamento turístico: um estudo sobre a Sazonalidade*. Curitiba: Turismo & Sociedade.
- Scheuer, L. (2011). *Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba, Paraná, Brasil*. Curitiba: Departamento de Geografia – UFPR.
- SCRestauração. (2015). *Sílvia Carvalho Restauração*. Obtido de Sílvia Carvalho Restauração: <https://www.screstauracao.com/empresa/historia/>
- SIC Notícias. (14 de setembro de 2013). *Festival de Estátuas Vivas em Tomar*. Obtido de SIC Notícias: <https://sicnoticias.pt/cultura/2013-09-14-Festival-de-Estatuas-Vivas-em-Tomar>
- Silva. (2018). *Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources*. European Commission: Tourism Management.
- Silva, A. (2009). *Marketing de Eventos*. Brasília: Centro Universitário de Brasília - UNICEUB.
- Silva, J., Bernard, A., Espiga, F., & Gaspar, M. (maio de 2021). O Observatório Social. *O impacto da Covid-19 na Pobreza e Desigualdade em Portugal, e o efeito mitigador das políticas de proteção*, p. 2. Obtido de O impacto da Covid-19 na Pobreza e Desigualdade em Portugal, e o efeito mitigador das políticas de proteção: <https://observatoriosocial.fundacaolacaixa.pt/-/o-impacto-da-covid-19-na-pobreza-e-desigualdade-em-portugal-e-o-efeito-mitigador-das-politicas-de-protecao>
- Souza, N. N. (2020). *Eventos públicos e privados e autoconhecimento no behaviorismo radical*. Londres: Universidade Estadual Londrina.
- Stephen, A., & Hariharan. (2014). *Event Management*. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- TCP/ARPT Centro de Portugal. (2023). *Surfar na Figueira da Foz: a melhor direita da Europa!* Obtido de Visit center of Portugal: <https://www.centerofportugal.com/pt/artigo/figueira-da-foz-a-melhor-direita-da-europa>
- Thadeu. (28 de dezembro de 2021). *MICE : 10 Tendências de Eventos para 2022*. Obtido de LinkedIn: <https://pt.linkedin.com/pulse/mice-10-tend%C3%Aancias-de-eventos-para-2022-thadeu-marques>
- Tosetto, A., & Filgueiras, P. (2007). *Turismo de Eventos em Florianópolis: Um Estudo de Caso do Centro de Eventos*. Florianópolis: Universidade do Sul de Santa Catarina.

- TSV Sound & Vision. (2023). *Then & Now: The Evolution of the Event Industry*. Obtido de TSV Sound & Vision: <https://www.tsvusa.com/blogs/then-now-the-evolution-of-the-event-industry>
- Turismo de Portugal. (2013). *Tomar, cidade templária*. Obtido de Visit Portugal: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/node/73772>
- TZLX. (16 de agosto de 2021). *A roda do Jardim do Mouchão*. Obtido de Mais Portugal Turismo: <https://maisportugalturismo.blogs.sapo.pt/a-roda-do-jardim-do-mouchao-109507>
- Unesco. (1972). *Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural*. Paris: Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura.
- Veiria, S., Costa, B., Oguido, W., & Cintra, R. (2011). *Pesquisa no turismo utilizando a teoria dos stakeholders: revisando a literatura*. Brasil: Revista Ciências Administrativas.
- Visit Portugal. (2023). *Tomar, cidade templária*. Obtido de Visit Portugal: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/node/73772>

ANEXOS

Grandes eventos dão mais 3 milhões de euros ao alojamento local

Os eventos são cada vez mais relevantes para a ocupação dos imóveis e, "ao saber as datas-chave em que os visitantes estão a reservar em Lisboa, [os proprietários] podem otimizar os preços e promover a propriedade da melhor forma, garantindo assim uma boa taxa de ocupação", destaca.

A Web Summit é o evento que proporciona a maior subida percentual no preço por noite dos alojamentos em Lisboa, mas não é o único. O Nos Alive, festival de verão, que acontece em julho, permite aumentar o preço por noite de 75 para 85 euros (13%). Já, no fecho do inverno, mostra a GuestReady, há outro evento de forte impacto nos alojamentos para turistas: a Meia Maratona de Lisboa. O evento que, este ano, junta profissionais e apaixonados pela corrida a 22 de março, permite que o preço por noite se fixe nos 60 euros, nos AL, quando em regra, o valor cobrado nesse período é de apenas 53 euros (+13%).

Anexo 1 - Impacto que a dinamização de eventos tem nos alojamentos locais.

Fonte: Diário de Notícias

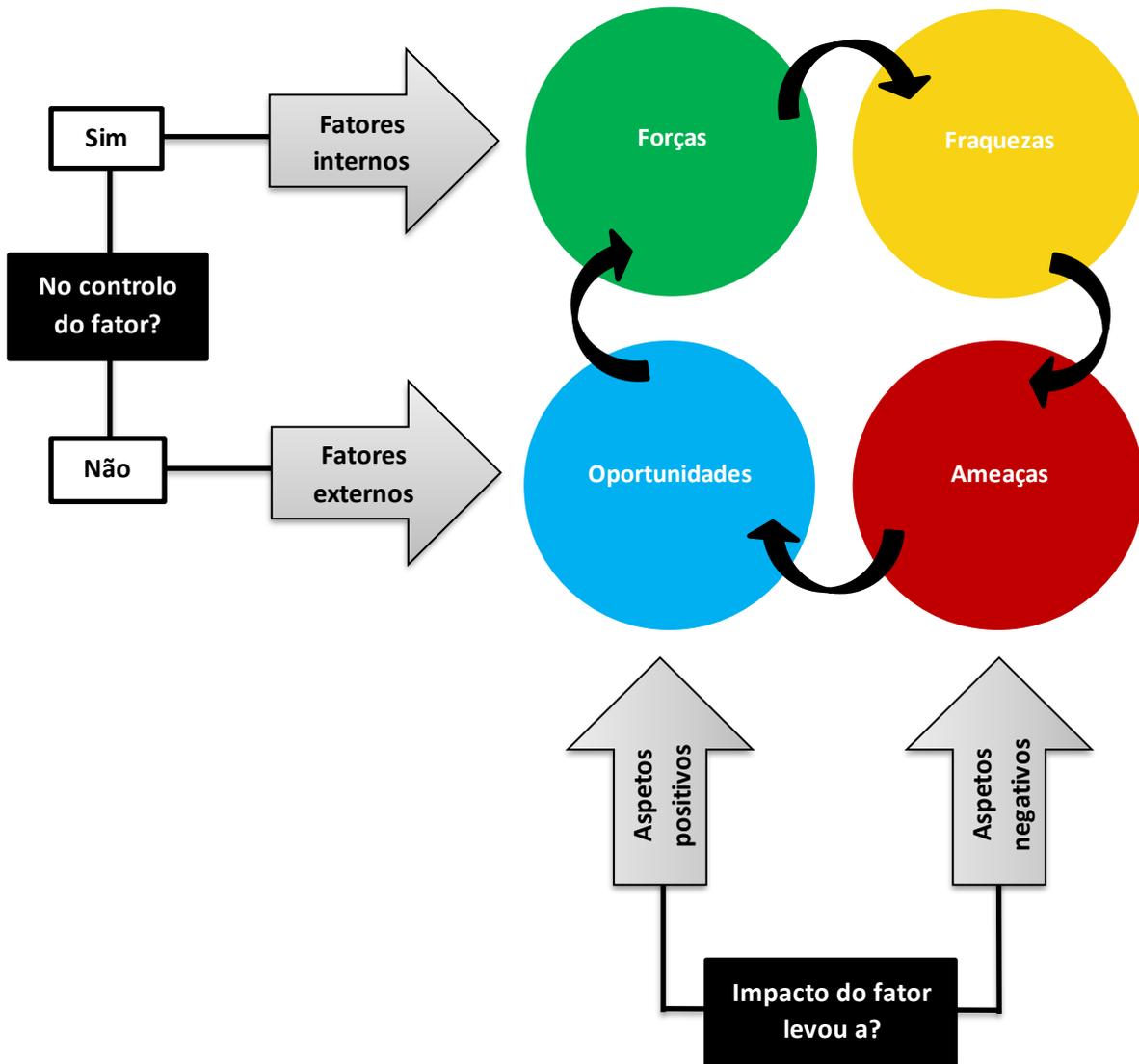
O formato promete tornar a experiência ao vivo acessível a todos.

A adoção de uma plataforma de eventos híbrida amplia o engajamento e a participação de mais pessoas se for utilizada com um planeamento focado em ambos os públicos, com um tratamento igual para o formato presencial e virtual. Essa prática deve estar no planeamento de todas as empresas daqui para a frente.

O futuro pede mais inclusão, interação, acessibilidade e, acima de tudo, mais envolvimento com a inovação para que a adaptação aos “novos tempos” seja cada vez mais prática, fácil e versátil, atendendo a todos os públicos.

Anexo 2 - Contacto entre locais e visitantes.

Fonte: Exame.



Anexo 3 - Esquema resumo da análise SWOT.

Fonte: Elaboração própria a partir de Alan Sarsby (2016).

Como são os eventos na Figueira da Foz percebidos pela sociedade?

amandacfs00@gmail.com [Alternar conta](#)

🔒 Não compartilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

Seção sem título

Indique a sua idade (apenas números) *

Sua resposta

Indique o seu género *

Feminino

Masculino

Outro

É residente na Figueira da Foz? *

Sim

Não

Já participou em algum evento na Figueira da Foz? *

Sim

Não

Anexo 4 - Secção 1 dos questionários aplicados na Figueira da Foz.

Fonte: Elaboração própria através do Google Forms

**Como são os eventos em Tomar
percecionados pela sociedade?**

Este inquérito, inserido num estudo realizado no âmbito do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pretende avaliar como os eventos organizados em Tomar são percecionados pela sociedade.

Desde já, agradeço a sua colaboração e informo que todas as informações fornecidas são privadas.

amandacfs00@gmail.com [Alternar conta](#)

 Não partilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

Indique a sua idade (apenas números) *

Sua resposta

Indique o seu género *

Feminino

Masculino

Outro

É residente em Tomar? *

Sim

Não

Já participou em algum evento em Tomar? *

Sim

Não

Anexo 5 - Secção 1 dos questionários aplicados em Tomar.

Fonte: Elaboração própria através do Google Forms

Apenas mais umas breves questões

Quais os motivos que o levaram a não participar? *

Sua resposta _____

Considera a organização de eventos na cidade importante? *

Sim

Não

Porquê? Indique algumas vantagens/desvantagens *

Sua resposta _____

O que mais o atrai num evento? *

Espetáculos

Convívio

Amostra de produtos locais

Sair da rotina

Outro: _____

Que tipo de eventos mais o cativam? *

Culturais e de entretenimento (festivais, exposições, concertos)

Desportivos

Corporativos

Sociais (casamentos, batizados, aniversários, etc.)

Religiosos

Políticos

Académicos (palestras, seminários, workshops, etc.)

Sente que a oferta de eventos é variada e suficiente ao longo de todo o ano? *

Sim

Não

Não sei

Tem alguma sugestão para um evento que gostava de ver ser criado?

Sua resposta _____

Anexo 6 - Secção 2 dos questionários aplicados tanto na Figueira da Foz como em Tomar.

Fonte: Elaboração própria através do Google Forms