



Universidade de Aveiro
2021

**FILIPA SOARES
MARQUES DE
ALMEIDA**

**IMPORTÂNCIA DA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
PARA O TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL:
CASO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA**



Universidade de Aveiro
2021

**FILIPA SOARES
MARQUES DE
ALMEIDA**

**IMPORTÂNCIA DA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
PARA O TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL:
CASO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Rui Augusto da Costa, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho à minha família pelo apoio incondicional.

o júri

presidente	Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão Professora Auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro
arguente	Doutora Makhabbat Ramazanova Professora Auxiliar, Universidade Portucalense Infante D. Henrique
orientador	Doutor Rui Augusto da Costa Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro

agradecimentos

Não teria sido possível realizar o presente trabalho sem o apoio constante e incansável de várias pessoas.

Em primeiro lugar, queria agradecer ao meu orientador, Professor Doutor Rui Augusto da Costa, por ter acreditado em mim e neste trabalho desde o primeiro momento, por me ter sempre motivado quando eu mais precisava e estava mais em baixo e por me ter ajudado a crescer, tanto pessoalmente como profissionalmente.

À minha família, principalmente os meus pais e à minha irmã, devo o maior obrigado por me terem acompanhado durante toda a vida e me terem mostrado que com esforço, dedicação e amor conseguimos alcançar tudo a que nos propusemos. São os meus maiores exemplos.

Também quero agradecer a todos os meus amigos, que vêm desde os anos mais longínquos até aos últimos anos de universidade, por me terem sempre ajudado a ultrapassar momentos mais difíceis e terem aproveitado comigo momentos muito bons. De destacar a Maria Levi por todos os conselhos que me dá e o Pedro por me dar a mão em todas as situações e enfrentar comigo tudo o que for preciso.

Por último, a todos os entrevistados que se mostraram sempre disponíveis para me ajudar da melhor maneira possível, à Universidade de Aveiro por me ter dado esta oportunidade e a todos os professores pertencentes a esta academia que tive o prazer de ter e com quem aprendi imenso.

palavras-chave

Turismo, Eventos, Turismo de Eventos, Organização de Eventos, Desenvolvimento Local, Águeda

resumo

A temática Turismo de Eventos tem vindo a ganhar mais reconhecimento ao longo dos anos pelo seu potencial económico, social, ambiental e cultural. A Organização de Eventos tem sido utilizada e considerada como uma ferramenta com um peso importantíssimo para o desenvolvimento regional e local, tanto a nível turístico como económico.

A cidade de Águeda é reconhecida a nível internacional e nacional pelos seus eventos e pela sua dinâmica e inovação, tanto cultural como industrial. Desde o início da Organização de Eventos na região, Águeda ficou reconhecida mundialmente e sofreu um crescimento nas dimensões turística e económica, bem como no seu desenvolvimento local e do Município em si.

Muitas vezes os estudos nesta temática são realizados apenas tendo em consideração a parte económica, o que se revela insuficiente para perceber a dimensão total que a Organização de Eventos tem. Por isso, a presente dissertação pretende perceber qual a perceção que a comunidade de Águeda tem sobre a importância da Organização de Eventos para o seu Município. A investigação suporta-se de uma análise qualitativa, recorrendo à realização de entrevistas a entidades pertencentes a vários subsectores do Turismo que integram a cadeia de valor do setor.

Os resultados apurados revelam que a comunidade considera a Organização de Eventos de extrema importância para o Município de Águeda, apresentando bastantes impactos positivos e não considerando os possíveis impactos negativos propriamente relevantes. Foi também concluído que a Organização de Eventos foi um dos principais impulsionadores do desenvolvimento económico, cultural, turístico e social do Município de Águeda, nos últimos anos anteriores à pandemia.

keywords

Tourism, Events, Event Tourism, Event Organization, Local Development, Águeda

abstract

The theme Event Tourism has gained more recognition over the years for its economic, social, environmental and cultural potential. Event Organization has been used and considered a tool with very important weight for regional and local development, both in terms of tourism and economics.

Águeda is a city recognized internationally and nationally for its events and for its cultural and industrial dynamics and innovation. Since the beginning of the Event Organization in the region, Águeda has been known worldwide and there has been a growth in the tourist and economic dimensions, as well as in the local development and in the municipality itself.

Studies on this subject are often carried out only taking into account the economic part, which proves to be insufficient to understand the total dimension that Event Organization has. Therefore, this dissertation aims to understand what perception the community of Águeda has about the importance of the Event Organization for its Municipality. The research is supported by a qualitative analysis, using interviews with entities belonging to various subsectors of Tourism that integrate the value chain of the sector. The results show that the community considers the Event Organization extremely important for the municipality of Águeda, presenting many positive impacts and not considering very relevant the possible negative impacts. It was also concluded that the Event Organization was one of the main drivers of the economic, cultural, tourist and social development of the Municipality of Águeda, in the last years prior the pandemic.

Índice

Capítulo 1 – Introdução.....	1
1.1. Enquadramento e Justificação do tema.....	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Metodologia	2
1.4. Estrutura da tese	3
Capítulo 2 – Eventos, Turismo e Desenvolvimento Local	5
2.1. Introdução	5
2.2. História do Turismo de Eventos	5
2.3. Tipos e Tipologias de Eventos	9
2.3.1. Tipos de eventos.....	9
2.3.2. Tipologias de Eventos.....	12
2.4. Impactos dos Eventos e Turismo no Desenvolvimento Local	14
2.4.1. Eventos e festivais	14
2.4.2. Turismo.....	15
2.4.3. Impactos	15
2.5. Conclusão	22
Capítulo 3 – Caracterização territorial e turística do Município de Águeda	25
3.1. Introdução	25
3.2. Caracterização do Território.....	25
3.2.1. Caracterização Geográfica.....	25
3.2.2. Acessibilidades e Infra- estruturas	27
3.2.3. Caracterização Sociodemográfica	28
3.2.4. Caracterização Económica.....	30
3.3. Oferta Turística.....	31
3.3.1. Estabelecimentos de Alojamento Turístico.....	31
3.3.2. Restauração e similares.....	33
3.3.3. Recursos Turísticos	34

3.3.4.	Principais Eventos.....	36
3.4.	Procura Turística.....	37
3.4.1.	Hóspedes	38
3.4.2.	Dormidas e Estada média.....	39
3.5.	Conclusão	40
Capítulo 4 –	Metodologia.....	43
4.1.	Introdução	43
4.2.	Estrutura de um projeto de investigação.....	43
4.3.	Rutura	47
4.3.1.	Seleção do tema e Questão de Investigação.....	47
4.3.2.	Objetivos de Investigação	47
4.4.	Estruturação	49
4.5.	Comprovação	51
4.5.1	Entrevista	52
4.5.2	Seleção dos agentes económicos locais e entrevistados	53
4.5.3.	Análise da Informação	54
4.6.	Conclusão	55
Capítulo 5 –	Análise e Discussão dos Resultados	57
5.1.	Introdução	57
5.2.	Apresentação dos Resultados	57
5.2.1.	Caracterização dos Entrevistados.....	58
5.2.2.	Importância da Organização de Eventos.....	60
5.2.3.	Impactos Positivos da Organização de Eventos	63
5.2.4.	Impactos Negativos da Organização de Eventos.....	67
5.2.5.	Envolvimento da Comunidade	68
5.2.6.	Projeção da Imagem da Cidade.....	72
5.3.	Discussão dos Resultados.....	73
5.3.1.	Importância da Organização de Eventos.....	73

5.3.2.	Impactos da Organização de Eventos.....	76
5.3.3.	Envolvimento da Comunidade	82
5.3.4.	Projeção da Imagem da Cidade	84
5.4.	Características dos eventos no Município de Águeda.....	85
5.5.	Conclusão	86
Capítulo 6 – Síntese e Conclusões		89
6.1.	Principais Conclusões	89
6.2.	Limitações.....	93
6.3.	Contributos.....	94
6.4.	Propostas de Investigação Futura	94
Referências Bibliográficas		95

Índice de tabelas

Tabela 1 - Obras destacadas "Os primeiros anos"	6
Tabela 2 - Obras destacadas "Os anos 80"	7
Tabela 3 - Obras destacadas "Os anos 90"	7
Tabela 4 - Obras destacadas "Os anos 2000 / A década atual"	8
Tabela 5 - Lista de fatores Eventos Especiais	10
Tabela 6 - Impactos Económicos	17
Tabela 7 - Impactos Turísticos/Comerciais.....	18
Tabela 8 - Impactos Físicos/Ambientais	19
Tabela 9 - Impactos Socioculturais.....	20
Tabela 10 - Impactos Psicológicos.....	21
Tabela 11 - Impactos Políticos.....	22
Tabela 12 - Nº de Empresas Águeda	30
Tabela 13 - Pessoal ao Serviço.....	30
Tabela 14 - Ganho médio mensal - Águeda	31
Tabela 15 - Nº de Estabelecimentos de Alojamento Turístico.....	32
Tabela 16 - Capacidade de Alojamento (Nº) Águeda	32
Tabela 17 - Recursos Patrimoniais Águeda	35
Tabela 18 - Recursos Naturais Águeda.....	36
Tabela 19 - Principais Eventos Águeda.....	37
Tabela 20 - Nº de Hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda	38
Tabela 21 - Nº de Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda	39
Tabela 22 - Estada Média nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda	40
Tabela 23 - Objetivos Específicos	49
Tabela 24 - Áreas de estudo - Entrevista.....	50
Tabela 25 - Estrutura Entrevista.....	50
Tabela 26 - Estrutura Entrevista – Características dos eventos no Município de Águeda.....	51
Tabela 27 - Vantagens e Desvantagens da Entrevista.....	52
Tabela 28 – Cargos dos Entrevistados.....	59
Tabela 29 - Área de Estudo: Importância da Organização de Eventos	74
Tabela 30 - Área de Estudo: Impactos percebidos/sentidos.....	76
Tabela 31 - Principais Impactos Positivos: Turismo	77
Tabela 32 - Principais Impactos Positivos: Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda	78
Tabela 33 - Principais Impactos Negativos.....	79

Tabela 34 - Impactos Positivos identificados na Literatura que foram indicados	81
Tabela 35 - Impactos Negativos identificados na Literatura que foram indicados.....	81
Tabela 36 - Área de Estudo: Envolvimento da Comunidade.....	82
Tabela 37 - Área de Estudo: Projeção da Imagem da Cidade	84
Tabela 38 - Área de Estudo: Características Gerais.....	85
Tabela 39 - Tipologias Identificadas Entrevistados	86

Índice de figuras

Figura 1 - Tipologia de eventos planeados.....	12
Figura 2 - Tipologia de eventos	13
Figura 4 - Freguesias Município Águeda	26
Figura 3 - NUTS II e NUTS III	26
Figura 5 - Modelo de Investigação: A. J. Veal.....	44
Figura 6 - Modelo de Investigação: Quivy e Carnpenhoudt.....	45
Figura 7 - Modelo de Investigação: Organização Mundial do Turismo.....	46
Figura 8 - Esquema Objetivos.....	48
Figura 9 - Esquema Entrevista	53
Figura 10 - Ilustração do Software Nvivo	55
Figura 11 - Nuvem de Palavras.....	73

Índice de gráficos

Gráfico 1 - População Residente Águeda	28
Gráfico 2 - População Residente por Sexo	29
Gráfico 3 - População Residente por Grupo Etário	29
Gráfico 4 - Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos de Alojamento Águeda.....	33
Gráfico 5 - Volume de Negócios dos Estabelecimentos de Restauração e Similares	34
Gráfico 6 - Nº de Hóspedes Estrangeiros nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico 2019 Águeda	39
Gráfico 7 - Sexo Entrevistados.....	58
Gráfico 8 - Grupo Etário Entrevistados.....	59

Lista de Abreviaturas

ACOAG – Associação Comercial de Águeda

CAA – Centro de Artes de Águeda

EUA – Estados Unidos da América

INE – Instituto Nacional de Estatística

NUTs – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Enquadramento e Justificação do tema

O tema do presente projeto baseia-se no potencial dos eventos a nível turístico e de desenvolvimento local na comunidade onde estes são realizados. Como se tem visto ao longo dos anos, os eventos e festivais têm tido um contributo enorme na dinamização do setor turístico, criando-se mesmo um tipo de turismo referente a estes – Turismo de Eventos – e na dinamização e desenvolvimento das regiões.

Um dos mais influentes autores desta temática, Donald Getz, indica que a grande atratividade dos eventos recai no facto de estes nunca serem iguais, ou seja, que não assistindo e participando no evento, nunca se irá ter a oportunidade de experienciar o mesmo. O autor também refere que o propósito dos eventos planeados passou de ser apenas do domínio individual e das comunidades para ser também do domínio dos profissionais e empreendedores (Getz, 2008).

O Turismo tem vindo a crescer, a desenvolver-se e inovar a um ritmo constante nos últimos anos. Este tem um impacto muito significativo no PIB de cada país e influencia vários setores, dinamizando a economia, tanto a nível local como nacional, criando emprego, melhorando a qualidade de vida dos habitantes, entre outros.

Com este crescimento do setor do Turismo e com a popularidade dos eventos e festivais, e os benefícios que ambos trazem para as localidades e os seus habitantes, e tal como o autor Moscardo (2007) afirma, estes estão a ser considerados e utilizados como uma estratégia realista para o desenvolvimento regional.

É de conhecimento geral que a gestão e realização de eventos turísticos influencia e move vários setores e intervenientes da localidade onde estes são realizados. Torna-se, portanto, importante perceber o nível dos impactos nos habitantes e no comércio local e conhecer a perspetiva destes quanto a estes fenómenos.

A cidade de Águeda que exemplifica bastante bem a importância dos eventos para a atração de turismo e para a dinamização e desenvolvimento do local. O exemplo do evento AgitÁgueda demonstra o quão importante este se demonstra para a Região e para os seus habitantes, pois é conhecido a nível mundial e atrai turistas, tanto portugueses como de outras nacionalidades, à cidade, proporcionando aos seus habitantes a oportunidade de fazerem conhecer os seus produtos e serviços. Esta cidade apresenta ainda outros eventos ao longo do ano, conseguindo, assim, que

esta “nunca pare” e que exista sempre alguma atração que traga pessoas a visitar e, por conseguinte, consumir produtos locais.

1.2. Objetivos

O **objetivo principal** do presente projeto consiste em **perceber a importância que a Organização de Eventos constitui para o desenvolvimento local e do turismo da cidade de Águeda.**

Para isso, foram definidos **objetivos específicos** para se conseguir alcançar o objetivo principal, conseguindo fazer uma pesquisa mais aprofundada e concreta da realidade vivida em Águeda. Os objetivos específicos propostos são então: perceber **o que é o Turismo de Eventos** bem como identificar os principais tipos de eventos e as suas tipologias **e os impactos que estes têm nas dimensões do Turismo e do Desenvolvimento Local**; caracterizar o **Município de Águeda** (em termos geográficos e a sua Procura e Oferta Turística); analisar a **perceção da comunidade** aguedense sobre a **Importância da Organização de Eventos** para o desenvolvimento da localidade, os **principais impactos**, a forma **como a Comunidade está envolvida** nestas atividades e de que forma é que a Organização de Eventos afeta a **Projeção da imagem da cidade.**

Também se torna relevante a identificação dos principais eventos, tendo em conta a opinião dos entrevistados sobre os quais mais impactam o seu negócio, e as épocas de maior concentração dos mesmos.

1.3. Metodologia

De forma a atingir os objetivos definidos para a presente investigação, é necessário a seleção e/ou adaptação de uma metodologia que permita alcançar estes da forma mais eficaz, identificando também os aspetos importantes e necessários a serem investigados.

Deste modo, através da análise teórica realizada, foram selecionadas as principais dimensões de estudo – Eventos, Turismo e Desenvolvimento Local – e como estas se interligam e se afetam umas às outras. Foi então delineado que as áreas a serem investigadas e analisadas seriam a Importância da Organização de Eventos, os Impactos da Organização de Eventos, o Envolvimento da Comunidade na Organização de Eventos e a Organização de Eventos como ferramenta para a Projeção da Cidade, sendo estas relativas à localidade de Águeda.

Estando as áreas de investigação definidas, foi então necessário a adoção de uma metodologia de investigação que permitisse alcançar os objetivos delineados. Foi selecionada a análise qualitativa, com finalidade exploratória, onde foi aplicada a realização de entrevistas semiestruturadas. Foram selecionados indivíduos representantes de entidades da Organização Pública, da Restauração, Hotelaria, Empresas de Organização de Eventos e Associações Recreativas, representativas dos diversos subsectores do Turismo e que pertencem à cadeia de valor do setor. A análise dos dados recolhidos foi feita através do software Nvivo.

1.4. Estrutura da tese

De forma a se alcançar o pretendido com o presente estudo, este estrutura-se em 6 capítulos. No primeiro capítulo está presente a Introdução, onde é apresentado um pequeno enquadramento teórico do tema, os objetivos definidos e a metodologia utilizada. No segundo capítulo, é feito um resumo da História do Turismo de Eventos, são identificados os Tipos e Tipologias de Eventos e os principais Impactos que estes têm em diferentes níveis. No terceiro capítulo, apresenta-se a caracterização do território de Águeda, e a sua Oferta Turística e Procura Turística. No capítulo seguinte, é apresentada e descrita com detalhe a metodologia utilizada para a investigação. No quinto capítulo, são apresentados os dados recolhidos e é feita a discussão dos mesmos e são apresentadas as principais conclusões retiradas desta análise. Por último, no sexto capítulo, são apresentadas as principais conclusões obtidas ao longo da investigação, seguindo-se a identificação das principais limitações e contributos do estudo e algumas propostas para investigações futuras.

Capítulo 2 – Eventos, Turismo e Desenvolvimento Local

2.1. Introdução

Os Eventos têm feito parte da civilização há inúmeros anos, desde eventos políticos a desportivos, religiosos, culturais, entre outros, e alguns sugerem que a longa história dos eventos se explica pelo facto dos humanos serem seres sociáveis, contudo isto não explica a importância económica e cultural destes (Getz, 2005). O mundo dos Eventos é de extrema grandeza e diversidade, e o significado que é dado a cada evento, sendo estes muito importantes para a vida pessoal e coletiva da comunidade, faz deles componentes fundamentais para a cultura, os negócios e para o estilo de vida da comunidade (Getz, 2007).

O presente capítulo tem como objetivos apresentar, de forma sucinta, a evolução da História do Turismo dos Eventos, também conhecido como *Event Tourism*, identificar os Tipos e Tipologias de Eventos que existem e, por último, identificar os Impactos dos Eventos e do Turismo no Desenvolvimento Local.

Para isso, o capítulo está dividido em 3 partes. A primeira, onde é descrita a História do Turismo de Eventos e onde são identificadas algumas das obras mais pertinentes nesta evolução. Na segunda parte, são identificados os Tipos de Eventos existentes como também três Tipologias de Eventos. Na terceira parte começa-se por explicar a importância dos Eventos e Festivais para o Desenvolvimento Local, seguindo-se por uma explicação da importância do Turismo para o Desenvolvimento Local e, por fim, a identificação dos principais impactos dos eventos nestas dimensões.

2.2. História do Turismo de Eventos

O conceito *Event Tourism* é um termo que, até há umas décadas atrás, não era reconhecido como um tipo de turismo nem tema de pesquisa (Getz, 2008; Getz & Frisby, 1988). Antes de 1987, falava-se de eventos específicos, como *hallmark events*, *mega events*, entre outros, e não de um tema que reunisse automaticamente todos os tipos existentes. Foi neste ano que o Departamento de Turismo e Publicidade da Nova Zelândia reconheceu o Turismo de Eventos como um segmento do turismo que está a crescer e a ganhar importância muito rapidamente, como Getz (2008), Kostopoulou, Vagionis, e Kourkouridis (2013) e Lee, Lee, e Wicks (2004) afirmam. Também os autores O'Sullivan e Jackson (2002) reconhecem o Turismo de Eventos como um tópico de estudo bastante complexo

e que, ao longo dos anos, tem sido abordado por várias perspetivas. Getz (2008) apresenta um resumo da história literária que este tema de estudo apresenta. Esta está dividida em 4 partes: *Os primeiros anos; Os anos 80; Os anos 90; e A década atual (Os anos 2000)*.

Os primeiros anos

Durante as décadas de 60 e 70, "o sector dos eventos não era reconhecido como uma área de estudo separada no âmbito do lazer, turismo ou recreação, que se encontravam a crescer rapidamente na comunidade académica e na prática profissional" (Getz, 2008, p.409). Só após o ano 1961, se começou a prestar atenção e reconhecer impactos dos festivais a nível da Antropologia, Social e da Arte.

O primeiro artigo onde se fala especificamente de Turismo de Eventos, foi publicado em 1974 no *Journal of Travel Research* por Ritchie e Beliveau. A maioria dos estudos pioneiros deste tema eram avaliações dos impactos económicos dos eventos. O autor destaca duas obras importantes (consultar tabela 1).

Tabela 1 - Obras destacadas "Os primeiros anos"

Época	Ano	Autores	Título
Os primeiros anos	1961	Daniel J. Boorstin	<i>The image: A guide to pseudo-events in America</i>
	1978	Albert J. Della Bitta; David L. Loudon; G. Geoffrey Booth; Richard R. Weeks	<i>Estimating the economic impact of a short-term tourist event</i>
	1979	D. R. Vaughan	<i>Does a festival pay? A case study of the Edinburgh festival in 1976</i>

Fonte: Adaptado de (Getz, 2005)

Os anos 80

Foi durante a década de 80 que o tema Turismo de Eventos se expandiu radicalmente como um tópico de estudo (ver tabela 2 para consulta das obras destacadas pelo autor). Finalizando esta década, Getz destaca o projeto de investigação mais influente desse período: a avaliação abrangente dos impactos do primeiro *Adelaide Grand Prix*.

Tabela 2 - Obras destacadas "Os anos 80"

Época	Ano	Autores	Título
Os anos 80	1983	William C. Gartner; Donald F. Holecek	<i>Economic impact of an annual tourism industry exposition</i>
	1984	J. R. B. Ritchie	<i>Assessing the impacts of Hallmark events: Conceptual and research issues¹</i>

Fonte: Adaptado de (Getz, 2005)

Os anos 90

A década de 90 foi um período de referência na literatura do tema Gestão de Eventos – na tabela 3 podem-se consultar as 4 obras destacadas pelo autor.

Esta década também se caracteriza pelo arranque da institucionalização académica desta área de estudo, tendo, por conseguinte, um avanço mais legitimado nas bolsas de estudos para os temas Turismo de Eventos e Estudos de Eventos.

Tabela 3 - Obras destacadas "Os anos 90"

Época	Ano	Autores	Título
Os anos 90	1990	Joe Jeff Goldblatt	<i>Special Events: The Art and Science of Celebration</i>
	1991	Donald Getz	<i>Festival, Special Events and Tourism</i>
	1992	Colin Michael Hall	<i>Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning</i>
	1993 (primeira publicação)	-	Revista científica: <i>Festival Management and Event Tourism / Event Management</i>

Fonte: Adaptado de (Getz, 2005)

Os anos 2000 / A década atual

Durante todo este tempo em que a atenção apenas se focava na dimensão económica dos eventos, tal como diz o autor, era de esperar que os académicos tentassem encontrar um equilíbrio. Getz destaca obras desta época que analisam os impactos dos eventos para além da dimensão

¹ Obra que continua a ser um clássico em termos de influência nesta área.

económica (consultar tabela 4): 2 sobre o desenvolvimento de escalas da atitude dos residentes como impacto social; 4 sobre a perceção dos residentes dos impactos dos eventos; e 2 sobre o desenvolvimento de uma escala dos impactos sociais dos eventos.

Desta forma, o autor refere que a literatura sobre os eventos cresceu de tal forma que está para além da capacidade de qualquer pessoa a conseguir ler toda, havendo agora variadas especializações distintas a aparecerem e a ganharem reconhecimento. Nesta época, apareceram variados programas de grau de ensino superior na área que se encontrava em contínuo crescimento nas universidades de todo o mundo.

Tabela 4 - Obras destacadas “Os anos 2000 / A década atual”

Época	Ano	Autores	Título
<i>Os anos 2000 / A década atual</i>	1998	Elizabeth Fredline; Bill Faulkner	<i>Resident reactions to a major tourist event: The Gold Coast Indy car race</i>
	2001	Thomas A. Delamere; Leonard M. Wankel; Thomas D. Hinch	<i>Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part 1: Item generation and purification of the measure</i>
	2001	Thomas A. Delamere	<i>Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part 2: Verification of the scale</i>
	2002	Elizabeth Fredline; Bill Faulkner	<i>Residents’ reactions to the staging of major motorsport events within their communities: A cluster analysis</i>
	2002	Elizabeth Fredline; Bill Faulkner	<i>Variations in residents’ reactions to major motorsport events: Why residents perceive the impacts of events differently</i>
	2003	Liz Fredline; Leo Jago; Margaret Deery	<i>The development of a generic scale to measure the social impacts of events</i>
	2004	Honggen Xiao; Stephen L. J. Smith	<i>Residents’ perceptions of Kitchener-Waterloo Oktoberfest: An inductive analysis</i>
	2005	Elizabeth Fredline	<i>Host and guest relations and sport tourism</i>

Fonte: Adaptado de (Getz, 2005)

Getz (2008) defende que não há razão plausível que justifique a consideração do Turismo de Eventos como dois campos de estudos separados, pois afirma que, para se perceber estas experiências, é necessário a combinação de estudos dos dois campos.

Turismo de Eventos ou Turismo de Festivais é descrito como um fenômeno com enorme potencial e que tem vindo a ser um dos maiores motivos para o crescimento do turismo local, pois leva pessoas de fora (não residentes) a visitarem um sítio onde irá decorrer um evento ou festival durante esse período de tempo (Blešić et al., 2014; Kostopoulou & Kalogirou, 2011; O'Sullivan & Jackson, 2002). Getz (1991) identifica então os eventos e festivais como um tipo de turismo alternativo aos reconhecidos até ao momento, afirmando também que este fenômeno contribui para o desenvolvimento sustentável e melhora a relação residente-turista.

Para se compreender que acontecimentos levaram este novo tipo de turismo a ter surgido, Frey (1994) explica que é necessário compreender a relação entre o aumento do interesse pela cultura e pelo consumo cultural com o crescimento da oferta de atividades culturais por parte das cidades e regiões. Aparecendo um novo motivo e gosto que levam as pessoas a quererem viajar, os países, cidades, regiões, etc. necessitam de se adaptar e criar produtos turísticos, ou modificar os já existentes, que correspondam às novas necessidades dos turistas.

2.3. Tipos e Tipologias de Eventos

O universo dos eventos é extremamente diverso, o que torna importante existirem definições de tipos de eventos ou das suas tipologias, de forma a se conseguir agrupar eventos/festivais para facilitar o seu estudo e compreensão.

Na área da Gestão de Eventos o foco está nos eventos planeados (*planned events*) (Getz 2005). Estes eventos são aqueles que “(...) são ocorrências temporárias com um início e fim pré-determinados. Cada evento deste tipo é único, decorrente da mistura de gestão, programa, configuração e pessoas” (Getz, 2005, p.16)

2.3.1. Tipos de eventos

Dentro dos eventos planeados, existem vários tipos de eventos (Getz, 2005): Evento Especial; *Hallmark* Evento; Megaevento; Evento Media; Evento Corporativo; Evento com causa; Evento de Publicidade; Evento Periódico; e Evento Único.

Evento Especial (Special Event) é um evento que acontece uma única vez ou não muito frequentemente, sendo sempre um evento “fora da caixa”, pois não segue as atividades e programas normais. Para o visitante ou residente, participar neste tipo de evento é uma oportunidade para ter uma experiência diferente do normal. Getz (2005) diz que as definições dadas a este tipo de evento, mesmo que boas, não fazem total justiça ao significado de “especial”. Para combater isso, o autor apresenta uma lista de fatores que criam ou aumentam a qualidade de “especial” (consultar tabela 5).

Tabela 5 - Lista de fatores Eventos Especiais

EVENTOS ESPECIAIS	
<u>Lista de Fatores</u>	
Singularidade / <i>Uniqueness</i> ;	Tradição / <i>Tradition</i> ;
Multiplicidade de objetivos / <i>A multiplicity of goals</i> ;	Flexibilidade / <i>Flexibility</i> ;
Espírito festivo / <i>Festive spirit</i> ;	Hospitalidade / <i>Hospitality</i> ;
Satisfação das necessidades básicas / <i>Satisfying basic needs</i> ;	Tangibilidade / <i>Tangibility</i> ;
Qualidade / <i>Quality</i> ;	Tema / <i>Theming</i> ;
Autenticidade / <i>Authenticity</i> ;	Simbolismo / <i>Symbolism</i> ;
	Acessibilidade / <i>Affordability</i> ;
	Conveniência / <i>Convenience</i> .

Fonte: Adaptado de (Getz, 2005)

Getz (2005) descreve Hallmark Evento como tipo de eventos que possuem tanto significado/relevância, em termos de tradição, atratividade, qualidade ou publicidade, ao local, comunidade ou destino de acolhimento como vantagens competitivas. Ritchie (1984) define este tipo de eventos como eventos grandes, com uma ocorrência única e/ou com uma duração limitada e recorrentes, que tenham como principal objetivo aumentar a consciência, apelo e rentabilidade de um destino, a curto e/ou longo prazo. O autor também menciona que “*Tais eventos dependem para o seu sucesso da singularidade, estatuto ou significado oportuno para criar interesse e atrair atenção*” (Ritchie, 1984, p.2).

Quanto ao Megaevento, Getz (2008) refere que este tipo de evento é definido e analisado em termos das suas funções relacionadas com a criação de imagem ou com o desenvolvimento. No seu livro *Event Management and Event Tourism*, Getz apresenta a seguinte definição: “*Megaeventos, pela sua dimensão ou significado, são aqueles que produzem níveis extraordinariamente elevados de turismo, cobertura dos media, prestígio ou impacto económico para a comunidade, local ou organização anfitriã*” (Getz, 2005, p.18).

O tipo de evento que tem uma enorme exposição, gerada através da cobertura dos *media*, e, conseqüentemente da televisão e da Internet terem o poder de chegar a todo o mundo ou atingir um público específico, que está a ganhar muita popularidade é o Evento Media. Estes eventos são criados, em primeira instância, para transmissão ao vivo ou da gravação do mesmo posteriormente (Getz, 2005). Contudo, Getz (2007) também refere que qualquer evento se pode tornar num evento deste tipo, pois esta definição é uma função e não uma forma.

Evento Corporativo (Corporate Event) refere-se a eventos produzidos pelas ou para corporações (Getz, 2005, 2007). Em ambas as obras o autor também refere que existem eventos que por serem tão populares para corporações e não serem organizados por estas, geralmente eventos desportivos que chamam muitos patrocinadores, também entram nesta categoria de eventos.

Os eventos que são produzidos com fins de caridade, tanto a nível financeiro como político, ou para apoiar e promover outras causas políticas ou sociais definem-se como Evento com causa (Cause-Related Event). Nestes eventos o programa é o menos importante, estando o foco nos resultados pretendidos, e estes têm o potencial de serem ferramentas de propaganda e marketing social (Getz, 2005, 2007).

Evento de Publicidade (Publicity Event / “Stunt”) é definido como uma intenção de atração dos *media*, independentemente da aparência que este possa transmitir ou da orquestração escondida. Getz (2005, 2007) explica que qualquer evento pode ser explorado como publicidade.

Evento Periódico (Periodic Event), tal como o nome refere, ocorre regularmente, como um festival que se realiza todos os anos no mesmo local ou eventos que são realizados em diferentes localizações em cada ano (Getz, 2005).

Eventos que se movem e são realizados em vários locais, raramente repetindo a mesma localização, sendo por isto considerados únicos pelos anfitriões, são definidos como Evento Único (One-time Event). São completamente únicos, quase como uma exibição que nunca mais se irá realizar (Getz, 2005).

2.3.2. Tipologias de Eventos

Getz (2005) apresenta uma tipologia das principais categorias de eventos planeados, tendo em conta a sua forma, de maneira a distingui-las entre as que são de interesse público e as que são de interesse para grupos ou indivíduos privados (fig.1).

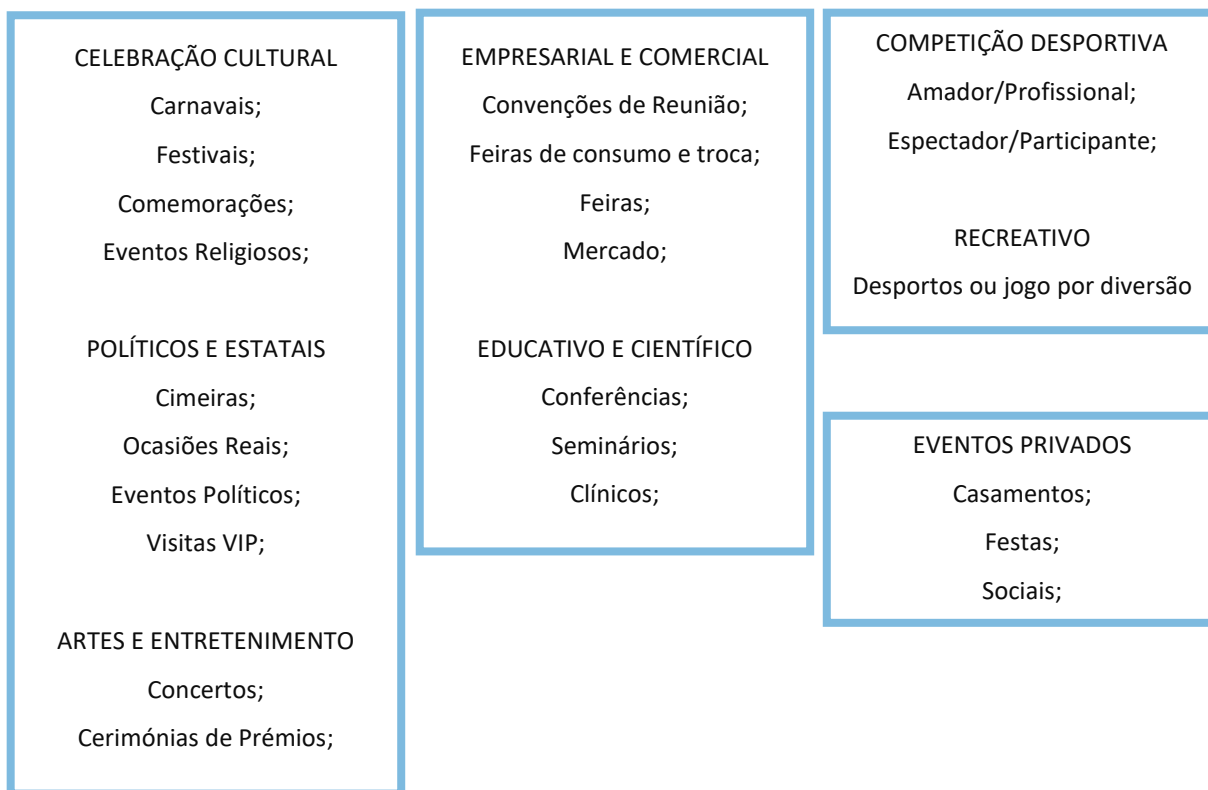


Figura 1 - Tipologia de eventos planeados

Fontes: Adaptado de (Getz, 2005, 2008)

Os autores O'Sullivan e Jackson (2002) apresentam uma outra tipologia que consiste na identificação de 3 tipos de festivais:

- *Caseiro (Home-grown)*: de escala pequena, *bottom-up* e gerido por voluntários em prol da localidade;
- *Tentador para o Turista (Tourist-tempter)*: destina-se especificamente para atrair turistas, estimulando o desenvolvimento económico local;
- *Big-bang*: ferramenta de marketing com o objetivo de promover uma grande quantidade de atividades relacionadas sobre uma área geográfica previamente definida.

O Getz (2008) apresenta ainda uma outra tipologia de eventos, sendo que a definição do tipo de evento tem por base o seu valor e os objetivos para qual este está orientado (ver figura 2). O autor compara esta abordagem de portfólio à abordagem que uma empresa utiliza para estrategicamente avaliar e desenvolver linhas de produtos e/ou serviços.

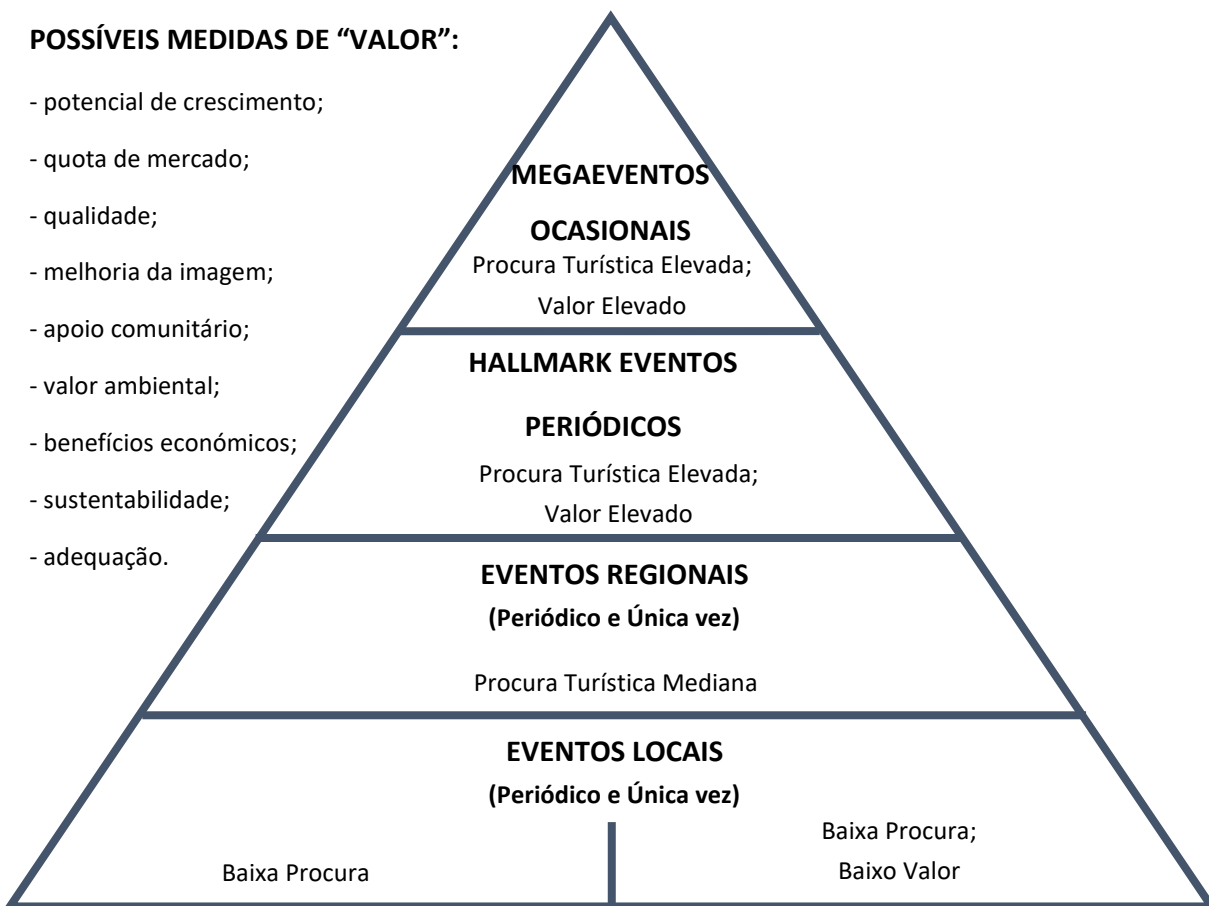


Figura 2 - Tipologia de eventos

Fontes: Adaptado de (Getz, 2005, 2008)

Esta tipologia baseia-se na funcionalidade do evento, ou seja, até que nível é que os objetivos definidos, tanto económicos, como turísticos e políticos, são alcançados através do marketing e realização de eventos. Com isto, os pressupostos específicos para esta tipologia tendem a ser mais políticos e de desenvolvimento o que pode contrariar a estratégia de eventos baseada na promoção de desenvolvimento comunitário, da cultura, do desporto, etc.

É possível também a classificação de eventos tendo em conta a sua ligação, associação e/ou institucionalização com o local onde são realizados, seja com a comunidade em particular ou com o destino. Como se pode verificar pela análise da figura 2, os Megaeventos ocorrem ocasionalmente, sendo que muitos autores os consideram Eventos Únicos, são globais na sua

orientação e requerem uma grande procura e uma grande oferta pois estes necessitam de ser bastantes competitivos, para demonstrarem o seu valor. Por outro lado, os Hallmark Eventos não são independentes da comunidade de acolhimento e os Eventos Regionais e Eventos Locais estão enraizados a um local e costumam ser procurados pelos residentes desses locais (Getz, 2008).

Mesmo defendendo a importância da relação entre eventos e turismo, Getz, (2008) salienta que os eventos desempenham um papel importante noutras áreas também, como renovação urbana, desenvolvimento cultural, promoção de identidades nacionais, construção comunitária, entre outras, e que existem muitos eventos que são planeados sem qualquer ligação ao turismo, pois os seus organizadores têm objetivos específicos que nada estão relacionados com este setor.

2.4. Impactos dos Eventos e Turismo no Desenvolvimento Local

De seguida serão apresentados os principais impactos dos eventos e festivais e do Turismo no Desenvolvimento Local. Para isso, numa primeira instância, realça-se a importância e o crescimento dos eventos e festivais e também do setor do Turismo.

2.4.1. Eventos e festivais

Eventos e festivais são considerados e vistos como contributos significativos para o desenvolvimento local da comunidade, tanto a nível cultural, social, como económico (Blešić et al., 2014; Gursoy et al., 2004; Raj & Vignali, 2010).

A nível mundial, governos nacionais, autarquias locais e comunidades estão a utilizar os eventos e festivais como elementos essenciais nas estratégias de desenvolvimento regional, criando ativamente novas ideias, temas, entre outras características, visto que estes proporcionam oportunidades e promoção turística, investimento nas regiões de acolhimento, resultados comerciais, entre outros (Frisby & Getz, 1989; Getz, 2007; Kostopoulou et al., 2013).

Devesa, Báez, Figueroa, e Herrero (2012) sublinham a importância da relação dos festivais e eventos culturais com o local onde estes são realizados, dado que estão condicionados com as pessoas e com a história do território e por gerarem impactos e repercussões nos locais onde são organizados e realizados.

Os eventos são vistos como fatores de desenvolvimento económico, ao mesmo tempo que melhoram a imagem do local e comunidade onde são realizados, tornando-os mais atrativos

(Herrero et al., 2006). Tanto Gibson e Kong (2005) e McCann (2002) consideram os 'Eventos Culturais' fenómenos das dimensões cultural e económica simultaneamente.

2.4.2. Turismo

O desenvolvimento e marketing de um local como destino turístico está dependente de um grande leque de instalações e atrações que permitam que este se estabeleça como um destino único e apelativo (Ritchie, 1984).

O setor do Turismo, tendo por base a Conta Satélite do Turismo desenvolvida pela Organização Mundial do Turismo, divide-se em sete eixos - Alojamento; Restauração e Bebidas; Transportes de Passageiros; Agência de Viagens; Operadores Turísticos e Guias Turísticos; Serviços Culturais; Recreio e Lazer; e Outros serviços do Turismo -, Patton (1985) afirma que os gastos turísticos têm impacto em vários setores da economia, pois os eixos constituintes do setor do Turismo não pertencem exclusivamente a este setor, tendo influência em muitos outros.

A nível regional, o turismo tem desempenhado um papel cada vez mais significativo como estratégia para incentivar a diversificação económica e aproveitar oportunidades com potencial económico (Argent, 2002; Mair & Duffy, 2018; Tonts et al., 2012).

Nos países desenvolvidos e em desenvolvimento, o turismo, sendo um setor económico, constitui uma forma de aumentar a atividade económica destes, tendo um contributo bastante significativo para o crescimento económico das regiões, para o mercado de trabalho, pois cria emprego direta e indiretamente através da oferta de bens e serviços, aumenta a qualidade de vida das comunidades e causa vários impactos sociais e ambientais (Andereck et al., 2005; Blešić et al., 2014; Skoultzos & Tsartas, 2009).

2.4.3. Impactos

No início do século XXI, foram iniciadas interações complexas entre as esferas da cultura e da economia, havendo uma convergência entre elas. Isto deve-se à importância e intensificação das comunidades urbanas, sendo estas representativas de interações específicas da localização e efeitos emergentes, onde o estímulo à experiência cultural e à renovação é bastante elevado, e sendo geralmente locais de atividade económica (atividade industrial e empresarial) (Scott, 1997).

Hoje em dia existe uma vasta literatura e pesquisa dos vários elementos presentes nos eventos e festivais e como estes influenciam várias dimensões. Contudo, De Bres e Davis (2001) referem que esta pesquisa e análise é focada principalmente em Megaeventos e Hallmark Eventos, não explorando devidamente ou de igual forma os eventos regionais e locais.

A maioria da literatura e pesquisa foca-se em analisar os impactos, principalmente económicos, que os eventos e os festivais apresentam, utilizando alguma forma de análise de impacto. Na vasta maioria dos casos, começa-se por estimar uma medida agregada de mudança de rendimentos ou da quantidade de emprego consequente do festival, e termina por estimar os efeitos multiplicadores locais, sem questionar como estes se traduzem no desenvolvimento económico local (Felsenstein & Fleischer, 2003; Kim et al., 2011; Kostopoulou et al., 2013).

Estudos empíricos de eventos e festivais culturais de pequena dimensão têm sempre identificado que estes trazem benefícios económicos para o local que os está a realizar. Porém, Formica e Uysal (1996) indicam que estes, geralmente, apenas se preocupam em identificar os impactos diretos e tangíveis sentidos no local e na comunidade.

Também Gursoy, Kim, & Uysal (2004) comentam que, mesmo com o aumento da popularidade e crescimento dos eventos e festivais, os investigadores focam-se principalmente nos impactos e motivações da dimensão económica, sendo muito lentos na orientação da pesquisa para além desta dimensão.

O'Sullivan e Jackson (2002) defendem que para se conseguir entender a extensão e importância do Turismo de Eventos para os residentes e os negócios da região, é sensato e evidente haver uma avaliação dos impactos e benefícios não tendo como base apenas a geração de rendimento.

Muitas das análises aos benefícios de um evento ou festival para uma região não são imparciais ou objetivos. Os autores Crompton e McKay (1994) e Crompton (1995) alertam para o facto de estes estudos serem muitas vezes feitos com o objetivo político de legitimar a realização do evento e não para apurar o seu impacto real. Para se analisar o contributo dos eventos e festivais para o turismo e para o desenvolvimento local é necessária uma avaliação dos impactos destes em diversas dimensões (Larry Dwyer et al., 2000; Felsenstein & Fleischer, 2003; Frey, 1994; Mules & Faulkner, 1996; Ritchie, 1984).

Combatendo um pouco esta falta de inclusão de dimensões para além da económica no estudo de eventos e festivais, os autores Gursoy et al. (2004) desenvolveram, num estudo, um instrumento que pode ser utilizado para medir as perceções dos gestores e organizadores de eventos especiais

(*special events*) e festivais sobre os impactos que estes têm na comunidade local. Para isso, os autores reuniram 24 itens de impacto socioeconómicos, através da revisão da literatura, os quais pediram para serem analisados e editados por cinco especialistas, passando a serem apenas 17 itens, e para classificarem estes em 4 domínios: coesão comunitária; benefícios económicos; incentivos sociais; e custos sociais. O seu estudo teve como amostragem gestores e organizadores de eventos da comunidade de Virginia (EUA), ao qual foi administrado um inquérito onde estes teriam de avaliar de 0 a 5, tendo em conta a escala do tipo Likert, os 17 itens anteriormente definidos.

De salientar também que a maior parte da pesquisa relacionada com estas interligações, expõem impactos positivos, tentando pôr um pouco de lado os impactos negativos que também podem ocorrer (Crompton & McKay, 1994; Ritchie, 1984).

Apesar de Ritchie (1984) analisar apenas *Hallmark Eventos* na sua obra, este apresenta seis tipos de impactos que se podem verificar com a realização de eventos: económicos; turísticos/comerciais; físicos; socioculturais; psicológicos e políticos. Estes 6 tipos de impacto foram adotados por vários autores que se seguiram a este no estudo de diversos eventos e festivais no decorrer dos anos até aos dias de hoje.

Os principais impactos económicos positivos indicados por vários autores são o aumento das receitas e o aumento do emprego (consultar tabela 6), tanto direto com indireto, que consequentemente levam a um aumento do rendimento da população em geral (Crompton, 1995; Crompton & McKay, 1994; L. Dwyer & Forsyth, 1997; Larry Dwyer et al., 2000, 2005; Huang et al., 2010; Kostopoulou et al., 2013; Kostopoulou & Kalogirou, 2011; Mitchell & Wall, 1989; Mules & Faulkner, 1996; Ritchie, 1984). Devesa et al. (2012) também apresentam estes impactos divididos em dois grupos: efeitos a curto prazo, relacionados com o poder de atração, criação de gastos, entre outros, e os efeitos a longo prazo, relacionados com as mudanças da estrutura produtiva, urbana e social do território, levando a que também sejam sentidos impactos a nível social, cultural e físico.

Tabela 6 - Impactos Económicos

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Económico	Aumento das receitas; Criação de emprego; Aumento do rendimento.	Aumento dos preços durante o evento; Especulação imobiliária.

Fonte: (Ritchie, 1984)

É também importante indicar que qualquer evento e festival pode ter impactos económicos negativos. Os mais mencionados na literatura existente são o aumento dos preços de produtos e/ou serviços durante o período do evento/festival, o que afeta os residentes que costumam usufruir destes a um preço menor, e a especulação imobiliária que acontece antecipadamente à realização do mesmo (Crompton, 1995; Crompton & McKay, 1994; Larry Dwyer et al., 2000; Felsenstein & Fleischer, 2003; Ritchie, 1984). Os autores Mules e Faulkner (1996) e Larry Dwyer et al. (2000) sublinham ainda que alguns residentes, devido à especulação imobiliária que ocorre, não conseguem mais pagar as suas rendas e são obrigados a sair do seu local de habitação.

Como referido ao longo da revisão da literatura, os eventos e festivais são catalisadores tanto a nível turístico como a nível industrial e comercial. Com isto, os principais e mais notados impactos nesta dimensão, como mostra a tabela 7, são: a consciencialização do local anfitrião como um destino turístico ou o aumento desta, pois os eventos/festivais têm a potencialidade de melhorar a imagem de um local como destino turístico; e o aumento do potencial de uma região para investimento e atividade comercial, através de apoios aos negócios locais ou incentivo ao aparecimento de start-ups, por exemplo (L. Dwyer & Forsyth, 1997; Larry Dwyer et al., 2000; Gursoy et al., 2004; Kostopoulou et al., 2013; Mules & Faulkner, 1996; Ritchie, 1984). Devesa et al. (2012) e Kostopoulou e Kalogirou (2011) indicam que estes impactos são as razões que levam muitos países a apoiarem a organização de eventos e festivais culturais, com o objetivo de criar uma imagem favorável do local e a comercializar as suas cidades e regiões.

Tabela 7 - Impactos Turísticos/Comerciais

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Turístico/Comercial	Aumento da consciencialização da região como um destino turístico; Aumento do conhecimento do potencial de investimento e atividade comercial na região.	Má reputação adquirida por instalações inadequadas ou práticas impróprias; Reações negativas por empresas já existentes devido à possibilidade do aparecimento de novos concorrentes (em termos de poder local e assistência governamental).

Fonte: (Ritchie, 1984)

Contudo, estes impactos positivos podem ser responsáveis para que sejam sentidos também impactos negativos (consultar tabela 7). Ritchie (1984) afirma que por mais benéfico que o desenvolvimento industrial e comercial de uma região possa ser, este pode levar a que negócios

locais se ressintam pela nova competitividade que sentem devido ao aparecimento de novos negócios estrangeiros e ao desvio de apoio e assistência governamental.

Outro impacto também verificado é a possibilidade da imagem e reputação do local anfitrião não ser positiva, contrariando um dos principais objetivos pelos quais são realizados eventos/festivais, ou sendo positiva haver a possibilidade de esta começar a ser ridicularizada devido ao evento/festival que foi realizado no local, como explica Ritchie (1984) ao falar deste impacto: *“Certas regiões que têm uma imagem modesta mas favorável como um destino de viagem atraente podem descobrir que se tornam objeto de humor (ou mesmo um leve ridículo) como resultado do evento projetado para melhorar a sua reputação”* (p.5).

Os autores Felsenstein e Fleischer (2003) também tocam neste segundo impacto, afirmando que a promoção e realização de um evento/festival, na generalidade, requer assistência governamental, nunca se sabendo a extensão total e real do evento/festival no crescimento económico local pois é muito difícil de estimar.

Muitas vezes é necessário haver uma reestruturação do espaço físico dos locais para a realização de um evento ou festival. Estas adaptações traduzem-se, por exemplo, na construção de novas instalações, novos edifícios, construção de instalações fixas, a coordenação de espaços urbanos para a celebração de um evento e/ou festival, o desenvolvimento de atividades para o decorrer do ano e noutras zonas da cidade, entre outros (Devesa et al., 2012). Isto leva a uma terceira categoria de impactos – Impactos físicos (consultar tabela 8).

Tabela 8 - Impactos Físicos/Ambientais

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Físico/Ambientais	Construção de novas instalações; Melhoramento de infraestruturas já existentes.	Dano ambiental; <i>Overcrowding</i> .

Fonte: (Ritchie, 1984)

Como ocorre para os tipos de impactos anteriores, a realização de eventos e festivais que também causam impactos negativos. O dano ambiental e o *overcrowding* que resultam destes são os mais salientados pelos vários autores. Crompton (1995), Crompton e McKay (1994), Larry Dwyer et al. (2000), Felsenstein e Fleischer (2003) e Mules e Faulkner (1996) são alguns dos que salientam que a realização de eventos e festivais muitas vezes causa um tráfego, leva a que exista um maior

número de acidentes rodoviários, os residentes têm de suportar um elevado nível de barulho e que há também uma maior degradação do meio ambiente.

Um evento ou festival muitas vezes conta com a participação da comunidade e/ou baseia-se na cultura do local. Posto isto, Devesa et al. (2012) definem eventos culturais como centros de transferência cultural, onde a cultura é consumida, reproduzida e podendo até ser produzida, permitindo a que uma região ou cidade aumente a sua oferta cultural e ofereça uma cultura mais alternativa, indicando também, a um nível social, que estes têm a potencialidade de criar um sentido de lugar por parte da população, gerar um espaço social e incentivar a interação entre as pessoas.

Estas características e a notória necessidade de envolvimento da população nos mesmos, traduz-se em impactos socioculturais positivos como (consultar tabela 9): o aumento do interesse por parte da população em participar, tanto na organização como na realização dos eventos; desenvolvimento social e cultural da comunidade; aumento da confiança na comunidade como um todo; entre outros (Larry Dwyer et al., 2000; Mules & Faulkner, 1996; Ritchie, 1984).

Tabela 9 - Impactos Socioculturais

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Sociocultural	Aumento do nível permanente de interesse local e participação no tipo de atividade associada ao evento; Fortalecimento das tradições e valores regionais.	Comercialização de atividades que podem ser consideradas pessoais ou de natureza privada; Modificação da natureza de um evento/ atividade para acomodar o turismo.

Fonte: (Ritchie, 1984)

Todavia, é importante perceber até onde é que a comunidade está disposta a expor as suas tradições e valores. Ritchie (1984) indica impactos negativos na dimensão sociocultural que se podem verificar quando esta linha é ultrapassada (consultar tabela 9). Se as atividades que estão a ser comercializadas aos visitantes são consideradas muito pessoais para a comunidade ou se um evento/festival é modificado apenas para atrair mais turistas, pondo de parte a importância que este tem para os residentes, a população local pode ver o evento/festival como algo negativo e não apoiar a realização do mesmo.

O bom estado psicológico de uma comunidade é fulcral para o sucesso de um evento/festival. Com isto, a avaliação dos impactos que estes têm na parte psicológica dos indivíduos da comunidade onde se irá realizar o evento/festival torna-se importante de se fazer. Os dois principais impactos positivos identificados são o aumento do nível de orgulho e espírito de comunidade e o aumento da consciencialização das perceções dos visitantes (consultar tabela 10) (Larry Dwyer et al., 2000; Ritchie, 1984).

Tabela 10 - Impactos Psicológicos

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Psicológico	Aumento do orgulho local e espírito de comunidade; Aumento da consciencialização da perceção de pessoas não-locais.	Tendência para atitudes defensivas em relação às regiões de acolhimento; Elevada possibilidade de mal-entendidos levando a uma variedade de graus de hostilidade entre visitante/ anfitrião.

Fonte: (Ritchie, 1984)

No entanto, quando o sentido de orgulho e confiança de uma comunidade não é incentivado e trabalhado, desencadeando atitudes defensivas e negativas por parte dos residentes tentando defender a sua “terra”, e a má perceção dos visitantes, existe uma maior probabilidade de haver desentendimentos entre os locais e os visitantes, criando um ambiente hostil entre estes (consultar tabela 10). Embora a dimensão Psicológica tenha uma grande importância para o sucesso de eventos e festivais, esta não é muito explorada nos estudos da área (Ritchie, 1984).

Numa última dimensão, é importante analisar os impactos políticos sentidos com a realização de eventos e festivais. Como na dimensão anterior, estes impactos não são muito explorados na maioria dos estudos da área. Mesmo assim, Ritchie (1984) sublinha a importância destes, pois muitas vezes são objetivos políticos que estão na base da realização de algum tipo de evento/festival. O autor salienta então dois principais impactos positivos políticos (consultar tabela 11): num nível macro, governos ou grupos privados nacionais, ou até de uma região, podem querer reforçar a imagem e reputação do país/cidade/etc. com fins turísticos e comerciais, ou promover o estatuto ou valores de um evento específico; num nível micro, os indivíduos esperam poder utilizar a visibilidade fornecida com a realização do evento/festival para melhorar as suas carreiras, tanto políticas como não políticas.

Tabela 11 - Impactos Políticos

Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Político	Melhoramento/Reforço do reconhecimento internacional da região e dos seus valores; Propagação dos valores políticos detidos pelo governo e/ou pela população	Exploração económica da população local para satisfazer ambições da elite política; Distorção da verdadeira natureza do evento para refletir valores do sistema político atual.

Fonte: (Ritchie, 1984)

Por sua vez, é necessário haver um controlo do nível de objetivos políticos que estejam na base da realização de um evento e festival, pois se estes apresentarem um nível demasiado elevado, o que acontecerá é um aproveitamento e exploração da população para satisfação dos objetivos políticos apenas de alguns indivíduos e não da população como um todo e pode haver uma modificação à natureza do evento para aproveitamento do sistema político do momento (Ritchie, 1984).

Para além da avaliação dos impactos que os eventos e festivais têm numa comunidade, é também de extrema importância olhar para o Turismo de Eventos por ambos os lados da procura e da oferta. Pela perspetiva da procura, é necessário identificar quem está disposto a viajar para participar nos eventos e festivais, e o motivo para tal, e quem assiste e participa nestes durante a sua viagem, o que estes turistas fazem e quanto gastam, avaliar o valor que os eventos e festivais têm na promoção de uma imagem positiva do destino, os custos do marketing e *co-branding* com outros destinos. Pela perspetiva da oferta, perceber o potencial, e posteriormente como o fazer, de um destino para atrair turistas, servir de catalisador, fomentar uma boa imagem dele próprio, contribuir para o marketing local, melhorando as condições de vida locais, e conseguir produzir atrações específicas (Getz, 2008).

Completando a ideia referida por Getz, Gursoy et al. (2004) sublinham a importância de conhecer e compreender a perceção dos organizadores de eventos e festivais sobre os impactos que estes têm na comunidade e como as entender é tão fulcral para o sucesso de um evento/festival.

2.5. Conclusão

O presente capítulo centrou-se na pesquisa teórica necessária para delinear e planear a presente investigação. Foi percebido que a temática Turismo de Eventos se encontra cada vez mais em

expansão, estando a sua importância a aumentar ao longo dos anos. Contudo, ainda existe uma falta de literatura nesta temática, consequentemente do demorado reconhecimento desta temática como uma área de estudo independente.

Foram identificadas várias classificações de tipo de eventos, diferenciando de autor para autor, e várias tipologias dos mesmos: uma tipologia baseada na forma do evento e se este é do interesse público ou para grupos ou indivíduos privados; outra tendo por base o seu objetivo e a forma do seu planeamento; e a última com base no valor de cada evento e os objetivos para qual está orientado.

Para uma melhor investigação, foram averiguados e apresentados os principais impactos, tanto positivos como negativos, dos Eventos e do Turismo no Desenvolvimento Local. Desta forma foram identificados 6 tipos de principais impactos verificados: Económicos, Turísticos/Comerciais, Físicos, Socioculturais, Psicológicos e Políticos.

Capítulo 3 – Caracterização territorial e turística do Município de Águeda

3.1. Introdução

De forma a se conseguir perceber a importância que a Organização de Eventos representa para um certo destino, é necessário haver uma caracterização deste, ao longo dos anos, com um maior foco na sua caracterização turística, nomeadamente a Procura e Oferta Turística, para se perceber como é que este evoluiu, em que dimensões e se a Organização de Eventos tem, de facto, um impacto no desenvolvimento dos destinos. A Procura e Oferta Turística encontram-se na base das Estratégias Turísticas, acentuando ainda mais a importância da sua caracterização para se investigar os Eventos num determinado destino.

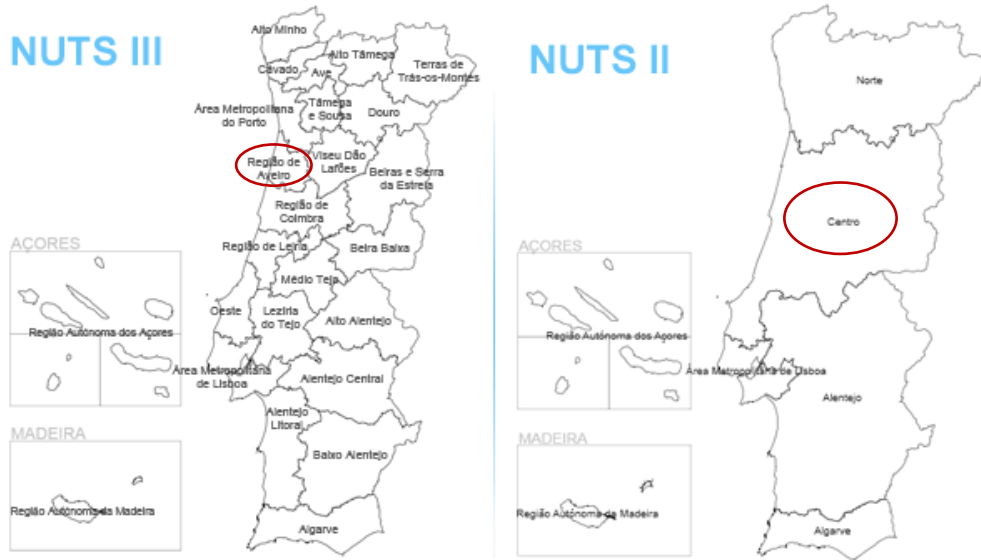
Deste modo, o presente capítulo tem como objetivos a Caracterização do Território Águeda, da sua Oferta Turística e da sua Procura Turística. Para melhor apresentação das informações e análise destas, o capítulo encontra-se dividido em 3 partes. Na primeira, apresenta-se uma caracterização sucinta do Território Águeda, nomeadamente a sua caracterização geográfica, sociocultural e económica. De seguida é feita uma Caracterização da Oferta Turística da Região de Águeda.

3.2. Caracterização do Território

3.2.1. Caracterização Geográfica

O Município de Águeda, representado por aproximadamente 333,50 km² de área (Câmara Municipal Águeda; & Tayloring Business and Technology, 2019), pertence ao Distrito de Aveiro, fazendo parte da NUT II – Centro e da NUT III – Região de Aveiro (ver figura 3), e é constituído por 11 freguesias (ver figura 4) e, segundo o estudo realizado pela Câmara Municipal de Águeda e pela empresa Tayloring Business and Technology (2019), o concelho de Águeda é o quarto de maior dimensão da Região de Aveiro.

Figura 4 - NUTS II e NUTS III



Fonte: Adaptado de (PORDATA, 2013)

Figura 3 - Freguesias Município Águeda



Fonte: Adaptado de (Câmara Municipal Águeda, 2021d)

3.2.2. Acessibilidades e Infra-estruturas

Acessibilidades

Segundo a Estratégia Turismo 2027 – Liderar o Turismo do Futuro, um dos 10 Desafios Globais para uma Estratégia a 10 anos é: “Acessibilidades – Garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território” (Turismo de Portugal, 2017, p.38).

Trazendo o mesmo para um nível mais local, é necessária a promoção da mobilidade dos visitantes para o Município de Águeda e dentro deste.

As Acessibilidades de Águeda são: o Transporte Ferroviário – linha de Caminho de Ferro do Vouga, também conhecido como o Comboio Vouguinha; as Vias Rodoviárias A25, EN333, EN1/IC2, EN336 e EN230; e o Autocarro (Transporte Rodoviário).

Sendo o Transporte Ferroviário o modo de transporte mais conhecido e mais acessível, em termos monetários, é de realçar que nos últimos tempos este tem sido restaurado, pois encontrava-se um pouco degradado e vandalizado (no exterior). Contudo, os horários têm sido tema de discussão por parte de vários residentes e estudantes da Universidade, pois são limitados e muito pouco flexíveis.

Infraestruturas

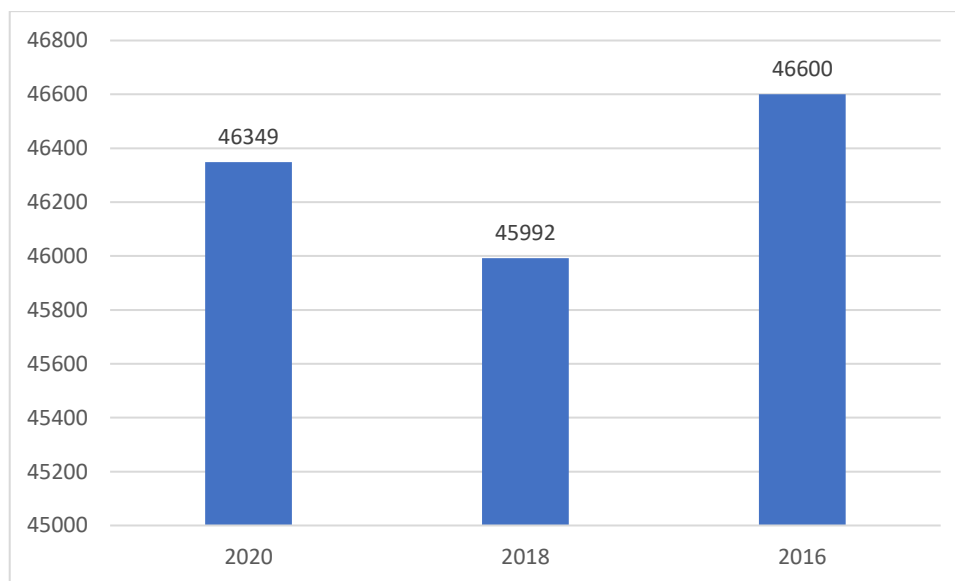
O Município de Águeda entende a importância que o desporto e a cultura têm na melhoria da qualidade de vida da sua comunidade (Câmara Municipal Águeda, 2021a, 2021c). Para isto, existem infraestruturas, tanto desportivas como culturais, que dão apoio às atividades do dia-a-dia da comunidade aguedense, como também são responsáveis e/ou enormes apoios na organização e realização de inúmeros eventos que têm peso e importância no Turismo e Desenvolvimento do Município.

As Infraestruturas Desportivas que existem em Águeda são: as Piscinas municipais; a Pista Check-up; o Águeda Bike Park; o Centro de Atividades Náuticas Bério Marques; o Espaço Radical; e o Estádio Municipal. Como Infraestruturas Culturais, Águeda apresenta as seguintes: Associação Recreativa d’Órfeu – onde está integrada uma Escola de Palco, Oficinas, Cursos Técnicos, Seminários, etc. para além dos eventos que realizam e organizam; Centro de Artes de Águeda; Incubadora Cultural de Águeda; e AgitLab – Residências Artísticas.

3.2.3. Caracterização Sociodemográfica

Como se pode verificar no gráfico 1 a População Residente em Águeda no ano de 2020 foi de 46.349 habitantes. Ao longo dos anos verificou-se uma pequena oscilação do número da população, sendo a média dos 3 anos de 46.313,7 habitantes, havendo um pequeno decréscimo comparando os anos 2016 e 2020.

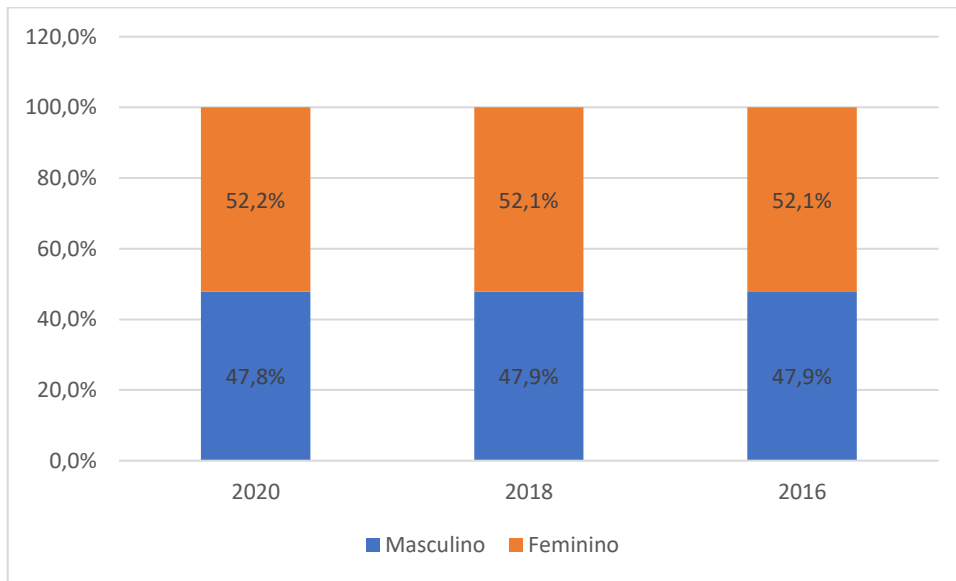
Gráfico 1 - População Residente Águeda



Fonte: Adaptado de (INE, 2021k)

Tendo em conta os dados obtidos através do INE, verifica-se que a população residente em Águeda está distribuída de forma quase equiparada entre o sexo Feminino e Masculino. Contudo, nos 3 anos analisados o sexo Feminino representa um pouco mais de 50% da população total (ver gráfico 2).

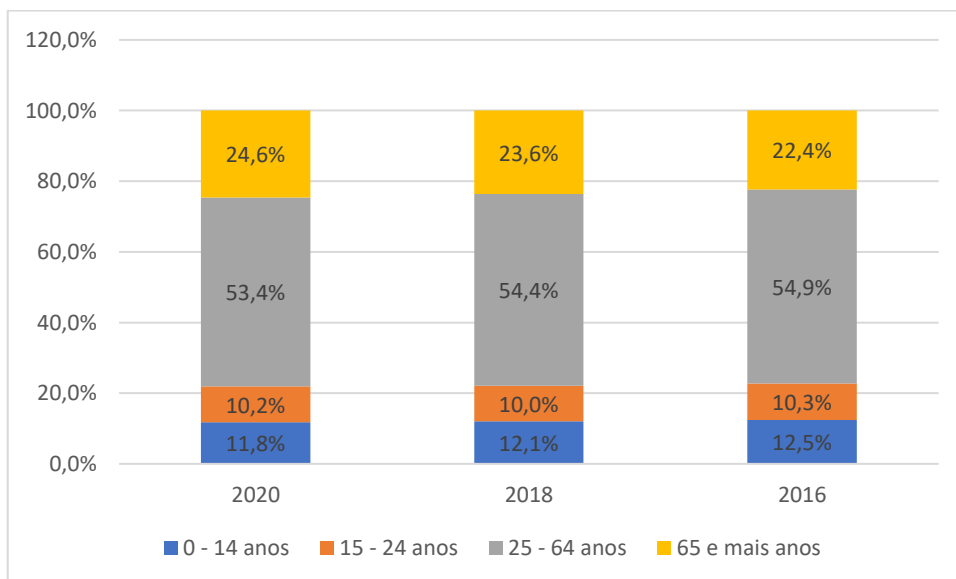
Gráfico 2 - População Residente por Sexo



Fonte: Adaptado de (INE, 2021k)

Quanto à distribuição da População Residente por Grupo Etário, também se verifica que ao longos dos anos esta tem se mantido constante e praticamente igual. Como se pode verificar no gráfico 3, nos 3 anos em análise o grupo etário com maior dimensão é o de 25 – 64 anos, apresentando sempre um peso de mais de 50%, e o grupo com menor dimensão é o de 15 – 24 anos, estando a rondar os 10%.

Gráfico 3 - População Residente por Grupo Etário



Fonte: Adaptado de (INE, 2021k)

Em suma, é possível indicar que a População Residente em Águeda é constituída por indivíduos de variadas idades, sendo o sexo pouco relevante para a sua caracterização pois estes representam percentagens muito próximas.

3.2.4. Caracterização Económica

Águeda é um concelho que sempre foi reconhecido pela sua forte área industrial e empresarial, por apostar na inovação e no empreendedorismo e apresentar diversos programas e iniciativas de apoio à criação de novas empresas, empregos e produtos (Câmara Municipal Águeda, 2021b).

Como apresenta a tabela 12, o número de empresas existentes em Águeda está em constante crescimento.

Tabela 12 - Nº de Empresas Águeda

Ano	Nº de Empresas
2015	5238
2017	5502
2019	5555

Fonte: Adaptado de (INE, 2021g)

Consequência de haver um crescimento no número de empresas existente na cidade, é expectável que o número de pessoal ao serviço também aumente, devido à criação de novos empregos que são necessários para o aumento das necessidades que as empresas passam a ter, como se pode verificar na tabela 13.

Tabela 13 - Pessoal ao Serviço

Ano	Pessoal ao serviço (Nº)
2015	19601
2017	21275
2019	22123

Fonte: Adaptado de (INE, 2021h)

Havendo mais empresas e, por si, mais emprego, a qualidade de vida da comunidade tende a aumentar, pois o rendimento individual da população consequentemente vai seguir a mesma tendência, aumentando o poder de compra da população e, automaticamente, dinamizando a economia local (ver tabela 14).

Tabela 14 - Ganho médio mensal - Águeda

Ano	Ganho médio mensal (€) - Águeda	
	<i>Sexo Feminino</i>	<i>Sexo Masculino</i>
2015	805,93 €	1060,63 €
2016	820,86 €	1066,89 €
2017	852,56 €	1097,43 €
2018	891,82 €	1144,47 €

Fonte: Adaptado de (INE, 2021)

Mesmo havendo um aumento constante no ganho médio mensal em ambos os sexos, é possível verificar que em todos os anos houve um pequeno desequilíbrio da quantidade ganha pelo sexo Feminino que sempre foi inferior à quantidade ganha pelo sexo Masculino.

3.3. Oferta Turística

Nos seguintes subcapítulos, são apresentados os dados referentes a 2020, contudo, estes apresentam um decréscimo, na maioria das situações. Dado o percurso da pandemia foram considerados os dados dos anos anteriores ao ano 2020.

3.3.1. Estabelecimentos de Alojamento Turístico

Acompanhando o crescimento do turismo nacional e o que se verifica em outras localidades, em Águeda apareceram novos estabelecimentos de Alojamento Turístico para se conseguir proporcionar a melhor experiência aos visitantes e também melhorar a qualidade de vida da comunidade.

Na tabela 15 é possível verificar que entre os anos 2017 e 2019 surgiram novos Estabelecimentos de Alojamento.

Tabela 15 - Nº de Estabelecimentos de Alojamento Turístico

Águeda		Nº de Estabelecimentos de Alojamento Turístico		
		2017	2019	2020
Hotelaria	Hotéis de 4 estrelas	1	2	2
	Hotéis de 3 estrelas	3	3	2
Alojamento Local		3	4	3
Turismo de Espaço Rural e de Habitação		1	1	1
<u>Total</u>		<u>8</u>	<u>10</u>	<u>9</u>

Fonte: Adaptado de (INE, 2021a)

Em 2019 passou a haver 10 estabelecimentos de alojamento, havendo um aumento nos Hotéis de 4 estrelas e nos Alojamentos Locais. No ano de 2020, houve um decréscimo tanto nos Hotéis de 3 estrelas como no Alojamento Local. O total apresenta um resultado de 9 estabelecimentos, pois, em relação aos anos anteriores, houve o aparecimento de um hotel de 1 estrela.

Havendo um aumento nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico, automaticamente há um aumento da Capacidade de Alojamento destes, tal como mostra a tabela 16:

Tabela 16 - Capacidade de Alojamento (Nº) Águeda

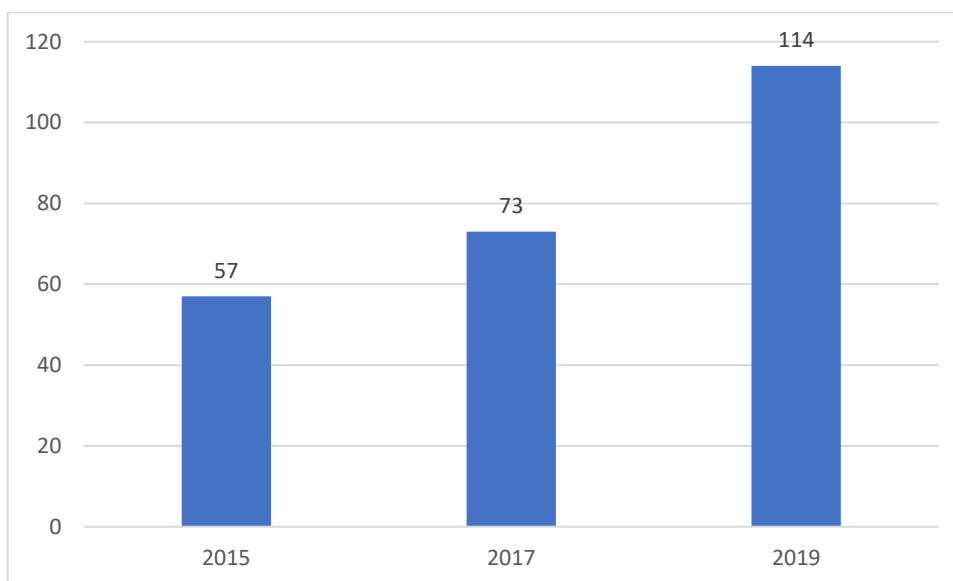
ÁGUEDA	Capacidade de Alojamento (Nº)		
	2017	2019	2020
<u>Total</u>	<u>365</u>	<u>574</u>	<u>570</u>

Fonte: Adaptado de (INE, 2021b)

Estes aumentos traduzem-se nos Proveitos Totais dos Estabelecimentos de Alojamento Turístico, que desde 2017 para 2019 aumentaram quase em 40%, passando de 1.1596 milhares de euros para 2.220 milhares de euros, respetivamente (INE, 2021c).

O aparecimento de novos Estabelecimentos também levou ao aumento do emprego nesta área (ver gráfico 4), o que, conseqüentemente, favorece a comunidade aguedense e a sua economia e ajuda a combater o desemprego da região.

Gráfico 4 - Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos de Alojamento Águeda



Fonte: Adaptado de (INE, 2021h)

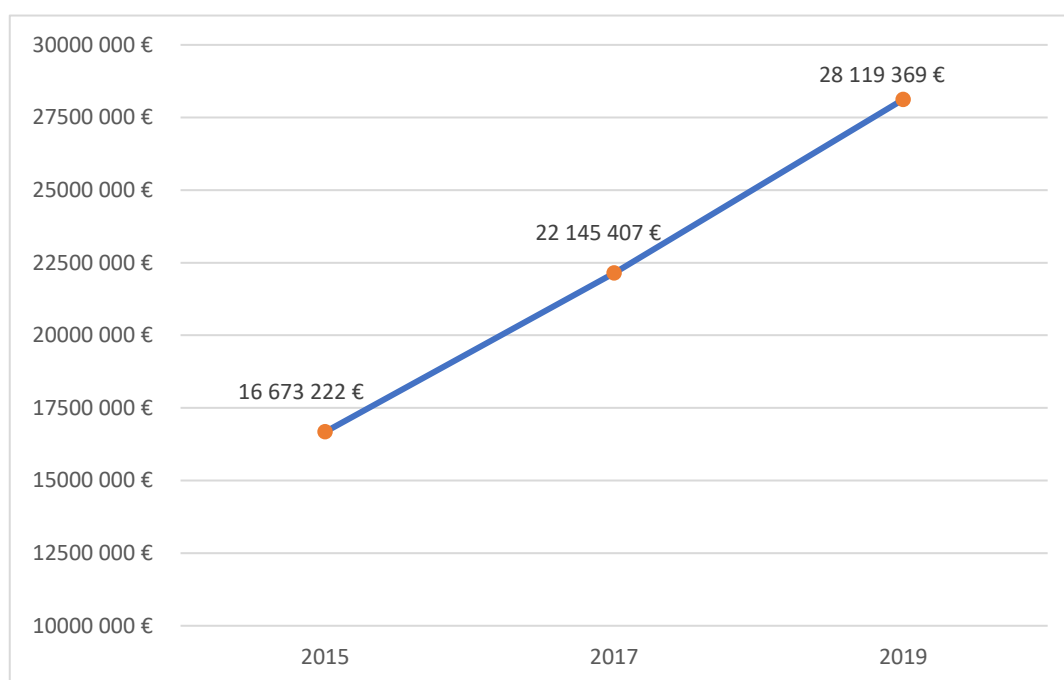
3.3.2. Restauração e similares

Em Águeda é possível encontrar restaurantes, cafés, bares, etc. que vão de encontro aos gostos pessoais de qualquer pessoa devido à variedade dos estilos destes estabelecimentos que estão inseridos na região.

De acordo com dados retirados do INE, existiam, em 2019, no Município de Águeda, 311 estabelecimentos de Restauração e similares. Desde 2015 que a quantidade de estabelecimentos deste tipo aumentou em cerca de 6,5% (INE, 2021i).

O volume de negócios destes estabelecimentos, em consequência do aumento do número de estabelecimentos, do aumento da qualidade de vida das pessoas e do aumento do número de turistas, também sofreu um aumento consistente ao longo dos anos como é possível verificar no gráfico 5.

Gráfico 5 - Volume de Negócios dos Estabelecimentos de Restauração e Similares



Fonte: Adaptado de (INE, 2021j)

3.3.3. Recursos Turísticos

Nem todos os destinos turísticos dispõem de uma história extensa e marcante como um dos seus recursos de atração de visitantes. Nestes casos, os destinos enfrentam a necessidade de usufruir do que possuem no território, sejam paisagens, características religiosas, entre outros, para criarem interesse nas pessoas para visitarem o destino e ficarem com uma boa imagem e desejo de voltar.

Águeda é um pouco um exemplo disto, pois não é considerada uma cidade com uma história rica e grande. Com isto, a Região apoia-se muito nos diversos Recursos Turísticos de que dispõem para criar riqueza e interesse na região.

Patrimoniais

Águeda apresenta uma vasta lista vasta de recursos patrimoniais que são utilizados para atrair pessoas a visitar todos as freguesias do Município, criando também atividades inovadoras para dinamizar a localidade e criar valor para a mesma.

Tabela 17 - Recursos Patrimoniais Águeda

Museus	Casa Museu Cancioneiro de Águeda
	Casa Museu João Tomás Nunes
	Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro
	Museu Etnográfico da Região do Vouga
	Museu Nacional Ferroviário – Núcleo de Macinhata do Vouga
Igrejas e Capelas	Igreja de São Salvador da Trofa
	Igreja de Santa Eulália
	Capela de São Sebastião
Conjuntos Monásticos	Convento de Santa Maria de Lamas
	Convento de Santo António
	Convento de Serém
	Mosteiro de Santa Maria de Lamas
Outros	Comboio Histórico do Vouga
	Aldeia Serrana de Lourizela
	Aldeia Pedagógica do Milho Antigo
	Forno comunitário na Urgueira, Macieira de Alcoba
	Foral de Óis da Ribeira
	Panteão dos Lemos
	Alminhas
	Estação Arqueológica do Cabeço do Vouga
	Ponte Velha do Marnel

Fonte: Elaboração Própria

O Município de Águeda também dispõe de 15 Cruzeiros e 4 Pelourinhos para se visitar, que se encontram identificados e distribuídos pelas suas freguesias.

Naturais

Os Recursos Naturais são também uma ferramenta na qual o Município de Águeda se apoia para chamar pessoas e criar atratividades que deem valor à região como destino turístico. Pelas freguesias pertencentes ao Município, encontram-se paisagens deslumbrantes e envolventes da natureza que têm sido, ao longo dos anos, desenvolvidos, aproveitados e nos quais tem sido feito investimento para o seu melhoramento. Todos os elementos apresentados na tabela 18 são reconhecidos pela sua beleza e também pelas diversas atividades que são dinamizadas nestes espaços.

Tabela 18 - Recursos Naturais Águeda

Parques Fluviais	Parque Fluvial do Alfusqueiro
	Parque Fluvial da Redonda
	Parque Fluvial do Souto do Rio
	Parque Fluvial de Bolfiar
Outros	Pateira de Fermentelos
	Parque da Alta Vila
	Rio de Águeda

Fonte: Elaboração Própria

Sendo Águeda um município muito ligado ao desporto e por usar os seus recursos naturais para diversas atividades, foram criados ao longo dos anos 10 Percursos Pedestres, onde os 100 km de trilhos que foram melhorados e tornados acessíveis, e que contêm 60 pontos de interesses dispersos pelas freguesias (Câmara Municipal Águeda, 2021e). De salientar também a criação de um destes 10 trilhos, os Trilhos Adaptados LIFE Águeda, que integram 3 trilhos que dão a oportunidade a pessoas com mobilidade reduzida de explorar aproximadamente 23 km do Município, desde a cidade de Águeda até à Pateira de Fermentelos. Ao longo destes trilhos é possível encontrar painéis interativos que permitem conhecer a ciência dentro destas intervenções, ao mesmo tempo que se dá a conhecer o património cultural e natural do meio envolvente (Câmara Municipal Águeda, 2021g).

3.3.4. Principais Eventos

As autoras Rachel Dodds e Marion Joppe (2001) indicam que os 3 impulsos que as estratégias de desenvolvimento urbano adotaram, quando o Turismo se tornou reconhecido como uma ferramenta para o desenvolvimento económico urbano, foram: o desenvolvimento de infraestruturas de grandes dimensões; a realização de megaeventos e festivais, especialmente de artes e desporto; e a venda e marketing de uma boa imagem da cidade, com especial enfoque no entretenimento e espetáculos oferecidos.

Com isto, passa-se a identificar os principais eventos realizados no Município de Águeda tendo em conta os websites da Câmara Municipal de Águeda, da Associação Recreativa D'Órfeu e das entrevistas realizadas analisadas no capítulo 5, seguindo a classificação de Getz (2005):

Tabela 19 - Principais Eventos Águeda

Tipo de evento	Evento	Período em que se realiza
<u>Celebrações Culturais</u>	AgitÁgueda	julho
	Águeda é Natal	dezembro a janeiro
	Festival “O Gesto Orelhudo”	outubro
	Festival i!	maio
	Festim	junho a julho
<u>Empresarial e Comercial</u>	Festa do Leitão	setembro
<u>Competições Desportivas</u>	MXGP Portugal	entre maio e abril
	Bairrada 150 – Ultra Maratona em BTT	maio

Fonte: Elaboração Própria

É importante também destacar que a Câmara de Águeda nos últimos anos tem criado variados programas na área do Desporto, para promover uma melhor saúde e o exercício físico e também a interação entre a comunidade e a natureza. Dentro destes programas destaca-se o “Caminhar pela Natureza – Centro de Marcha e Corrida de Águeda”, que se realiza de maio a dezembro no 3º domingo de cada mês, e tem como objetivo a promoção da realização de atividade e exercício físico estando ao mesmo tempo em contacto com a natureza (Câmara Municipal Águeda, 2021f).

Como está apresentado na tabela 19, também é possível verificar que o período de tempo onde se verifica a realização do maior número de eventos é no fim da Primavera e início de Verão, especificamente nos meses de maio, junho e julho.

Salientando o evento AgitÁgueda, por ser o mais primordial da Região, num estudo realizado pela Câmara Municipal Águeda e pela empresa Tayloring Business and Technology (2019), neste evento existem, em média, por dia 3000 participantes e este é divulgado por vários países a nível internacional. Também oferece oportunidade a 800 grupos e artistas e engloba 8 áreas durante os 23 dias de evento: animação de rua; Agita Kids; arte urbana; tasquinhas; concertos; comércio local artesanato; DJs; e Umbrella Sky Project.

3.4. Procura Turística

Tal como se verificou em todo o País, Águeda também é cada vez mais procurada pelos visitantes. Esta cidade é conhecida a nível internacional, principalmente pelo AgitÁgueda e pelas ruas decoradas com chapéus de chuva coloridos, possuindo ainda o título de “*uma das ruas mais bonitas*”

do mundo” e de possuir o “*Maior Pai Natal do Mundo*”, o que chama à atenção e é muito apreciado pela população em geral (Câmara Municipal Águeda, 2021h).

Entre 2016 e 2017 verificou-se um aumento de 10% no número de visitantes, sendo que em 2017 o Posto de Turismo de Águeda registou um número de cerca de 10 mil visitantes (Dinheiro Vivo, 2018).

3.4.1. *Hóspedes*

Como apresenta a tabela 20 é possível perceber que o número de Hóspedes nos estabelecimentos de Alojamento Turístico tem vindo a aumentar ao longo dos anos, havendo um aumento de quase 10 mil hóspedes apenas do ano 2018 para 2019. Deste aumento, aproximadamente 60% foi em hóspedes nacionais e aproximadamente 40% em hóspedes estrangeiros.

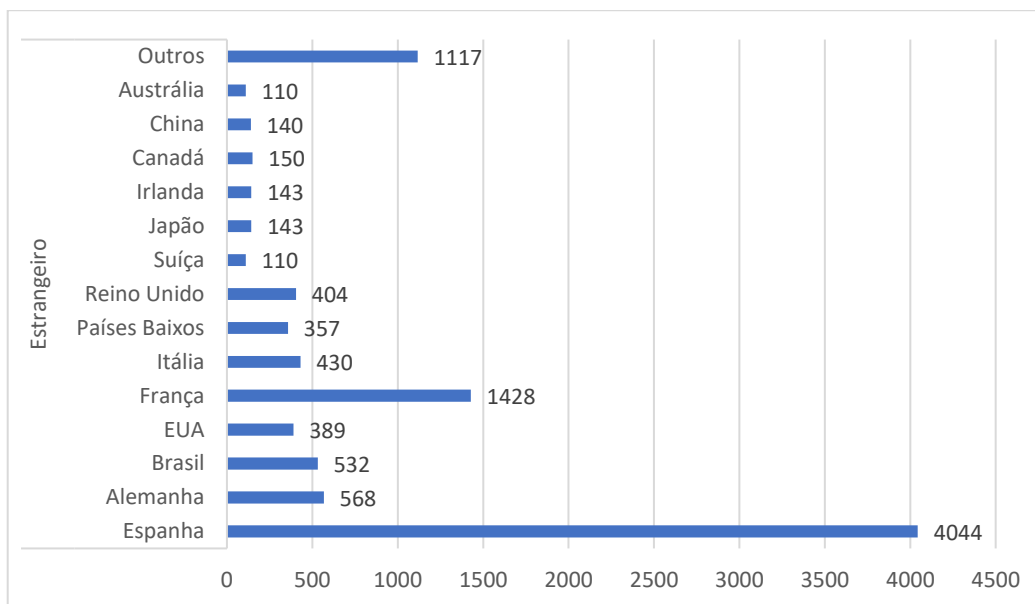
Tabela 20 - Nº de Hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda

Águeda	Nº de Hóspedes nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico	
	2018	2019
Portugal	12788	18378
Estrangeiro	6540	10065
<u>Total</u>	<u>19 328</u>	<u>28443</u>

Fonte: Adaptado de (INE, 2021d)

Com a análise do gráfico 6, é possível perceber que Águeda atrai diversos tipos de pessoas, nomeadamente por haver uma variedade tão extensa de nacionalidades dos visitantes que pernoitam na região.

**Gráfico 6 - Nº de Hóspedes Estrangeiros nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico 2019
Águeda**



Fonte: Adaptado de (INE, 2021d)

Pode se concluir que, mesmo havendo algumas nacionalidades que se destacam, tal como os visitantes Espanhóis, Franceses, Alemães e Brasileiros, Águeda atrai pessoas de todo o Mundo, possuindo assim um mistura internacional de visitantes.

3.4.2. Dormidas e Estada média

Acompanhando o aumento do número de hóspedes, como se pode verificar na tabela 21, o número de dormidas nestes estabelecimentos também tem apresentado uma constante subida ao longo dos anos.

Tabela 21 - Nº de Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda

Local de Origem	Nº de Dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico		
	2015	2017	2019
Portugal	14852	17433	26345
Estrangeiro	8850	14342	19811
<u>Total</u>	<u>23702</u>	<u>31775</u>	<u>46156</u>

Fonte: Adaptado de (INE, 2021e)

De 2015 a 2019 o número total de dormidas neste tipo de estabelecimentos quase duplicou. Salientado que de 2015 a 2017 verificou-se o maior aumento no número de dormidas de Estrangeiros.

Na tabela 22 está apresentada a Estada Média verificada nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico em Águeda nos anos de 2017 e 2019.

Tabela 22 - Estada Média nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico Águeda

ÁGUEDA	Estada Média nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico
2017	1,7
2019	1,6
2020	1,7

Fonte: Adaptado de (INE, 2021f)

Como se observa na tabela acima, a Estada Média nos Alojamentos Turístico não chega a 2 noites. Isto apresenta uma dificuldade para este tipo de estabelecimentos, e para Águeda, pois é complicado conseguir manter os visitantes por mais dias e noites na cidade, sendo estas visitas de curta duração.

3.5. Conclusão

Como assinalado no início do capítulo, este tinha como objetivos a Caracterização sucinta do Território Águeda, da sua Oferta Turística e da sua Procura Turística.

Com isto, verificou-se que Águeda é uma Região com uma dimensão considerável e bastante empresarial, pois alberga um número elevado de empresas. Apesar da sua População Residente apresentar um equilíbrio entre o sexo Feminino e Masculino, foi verificado que, em termos de ganhos mensais, existe um pequeno desequilíbrio sendo que o sexo Masculino, ao longo dos anos, sempre registou um ganho mensal mais elevado.

Águeda é uma Região que, nos últimos anos, tem vindo a crescer ao nível do Turismo. Isto traduz-se no aumento consecutivo, ao longo dos anos, nos Estabelecimentos de Alojamento Turístico bem como, conseqüentemente, na Capacidade de Alojamento do Município. Este setor também representa emprego, o qual também tem vindo a aumentar consecutivamente de ano a ano.

Quanto à área de negócio da Restauração e Similares, verificaram-se alterações idênticas. O número de Estabelecimentos desta área também tem vindo a aumentar ao longo dos anos e o Volume de Negócios desta também.

A Região, não sendo uma região rica em história, apoia-se muito nos seus Recursos Turísticos. Esta apresenta diversos recursos Patrimoniais e Naturais, dos quais se tem aproveitado de uma forma bastante positiva para criar interesse e diversas atividades, tanto para os locais como para os visitantes.

Não apresenta uma vasta diversidade de Acessibilidades, contudo tem vindo a melhorar as condições das existentes. Também apresenta diversas Infraestruturas, nas quais tem vindo a apostar cada vez mais

Sendo uma região com pouco “conteúdo”, esta beneficia bastante da Organização de Eventos. Com isto, apresenta uma vasta lista de Eventos que são realizados pelo Município inteiro, tendo sido identificados os principais e com mais impactos. Desde que se começaram a realizar estes Eventos, o Turismo em Águeda cresceu de uma forma exponencial o que permitiu ao Município desenvolver-se e continuar a apostar no que pode oferecer.

Foi possível verificar que o número de visitantes tem vindo a aumentar, tal como o número de hóspedes. Quanto à nacionalidade dos hóspedes, verificou-se que Águeda é uma região que atrai uma diversidade de pessoas de diferentes países, sendo Espanha o principal emissor de visitantes que acabam por pernoitar no território.

Seguindo a tendência do aumento dos visitantes e dos hóspedes, o número de dormidas nos Estabelecimentos de Alojamento do Município, desde 2015 até 2019 duplicou. Contudo, e sendo um dos principais desafios do município, a estada média tem se vindo a manter, não chegando a 2 noites.

Capítulo 4 – Metodologia

4.1. Introdução

As ciências sociais trabalham com pessoas e com o seu comportamento social, diferenciando-se assim das ciências naturais. Isto implica que seja quase impossível replicar uma investigação nestas áreas pois, como o mundo social está em constante mudança, os resultados não serão os mesmos em momentos e/ou lugares diferentes (Veal, 2006).

O autor Veal (2006) apresenta 3 tipos de pesquisa: descritiva, explicativa e avaliativa. A primeira consiste em descobrir, descrever e mapear padrões de comportamentos em áreas ou atividades não estudadas. A explicativa pretende explicar como ou porquê de as coisas serem como são e usar isto para as prever. A avaliativa tem como objetivo avaliar as políticas e/ou programas.

O presente capítulo tem como objetivos: demonstrar como se processou o Planeamento do projeto de investigação, explicar como foi escolhido o tema, os objetivos, o método de recolha de dados, os entrevistados e como foi feita a análise da informação.

Numa primeira instância apresentam-se alguns Modelos de Investigação e qual o utilizado na presente investigação. De seguida, e tendo em conta o modelo utilizado, apresenta-se a seleção do tema e a questão de investigação bem como os objetivos definidos.

Após a definição dos objetivos, apresenta-se a recolha de dados selecionada e a razão pela qual esta ser a mais correta e os entrevistados e o processo de seleção identificados. Por fim, apresenta-se a ferramenta de análise utilizada sendo dada uma breve explicação de como esta funciona.

4.2. Estrutura de um projeto de investigação

O processo de investigação pode ser planeado de diversas maneiras. *“A enorme variedade de abordagens à investigação sugere que todos os projetos de investigação não seguem precisamente a mesma sequência de procedimentos”* (Veal, 2006, p.45).

Na figura 6 apresenta-se o processo de autoria do autor A. J. Veal (2006):

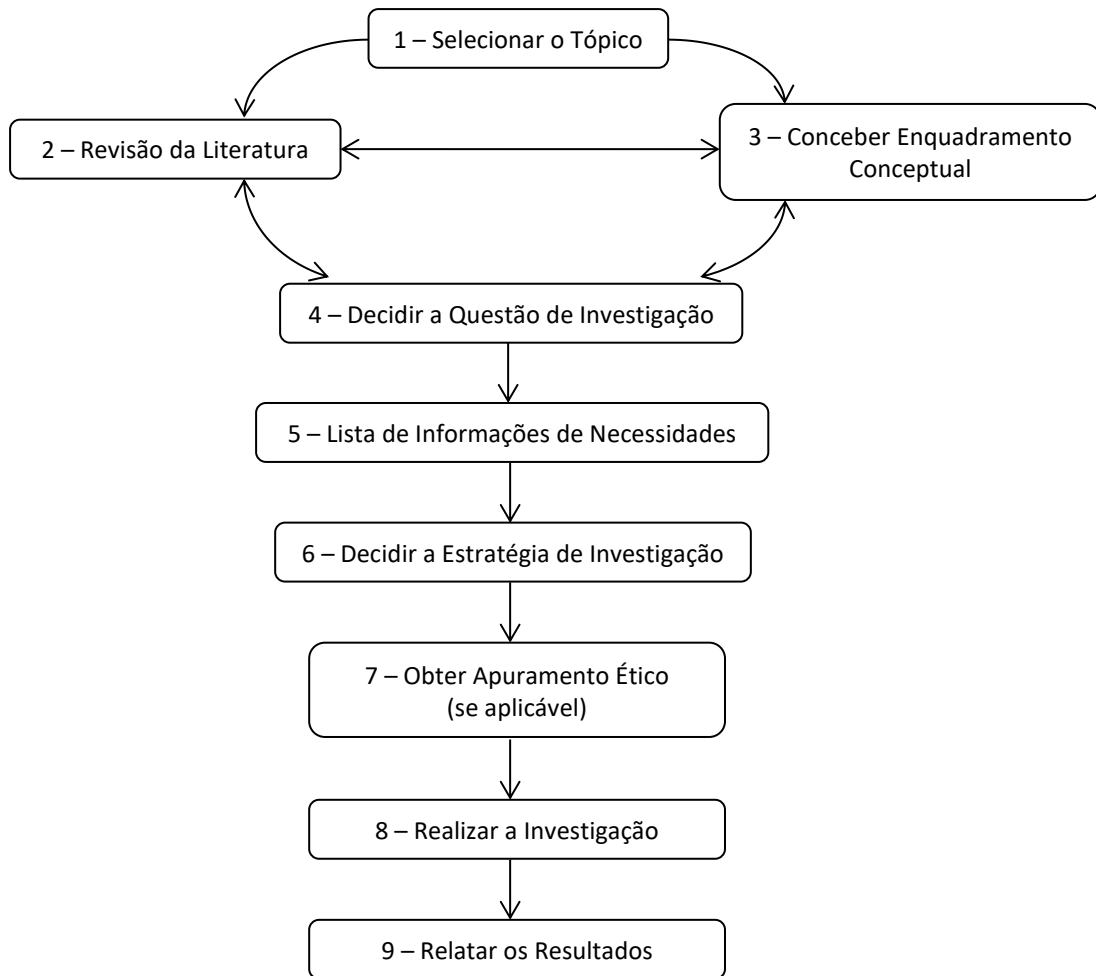


Figura 5 - Modelo de Investigação: A. J. Veal

Fonte: Adaptado de (Veal, 2006)

O autor refere que a maioria dos projetos de investigação não seguem de forma precisa a mesma sequência de trabalho, sendo que os primeiros 4 elementos que este apresenta (fig.6) raramente se realizam nesta ordem, pois requerem muito trabalho de reflexão e interligação, sendo esta a razão pela qual o autor coloca os 4 primeiros elementos num circuito circular.

Outro modelo proposto pelos autores Quivy e Carnpenhoudt (2005), é composto por 3 atos de procedimento e por 7 etapas, que se encontram distribuídas pelos 3 atos (fig.7).

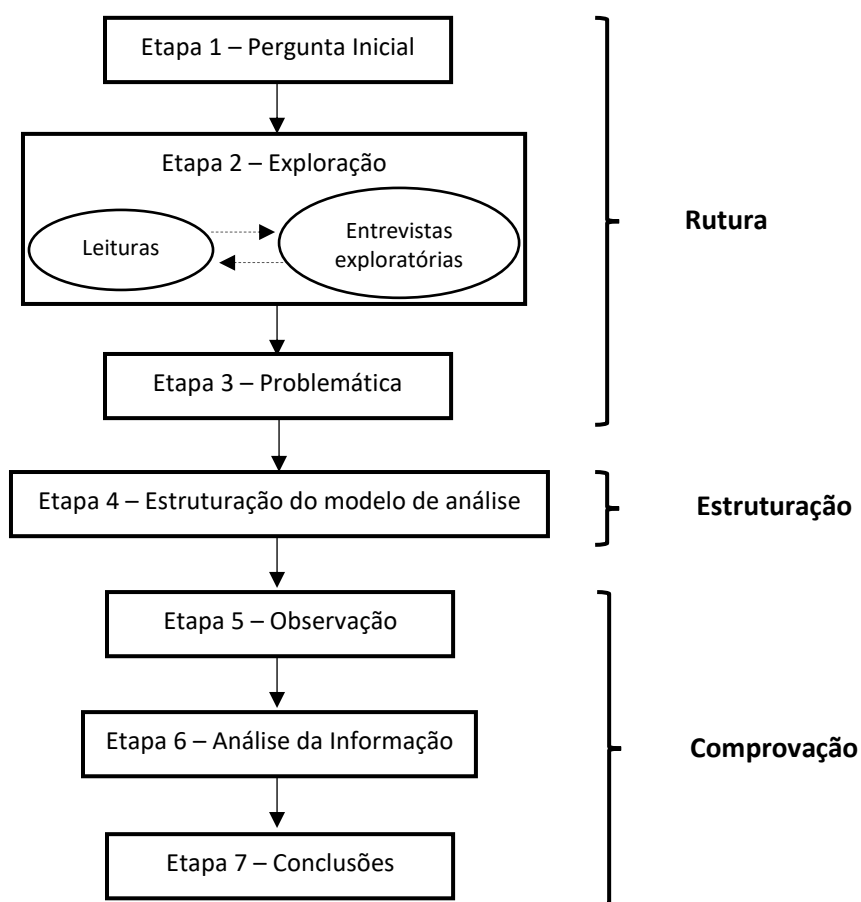


Figura 6 - Modelo de Investigação: Quivy e Carnpenhoudt

Fonte: Adaptado de (Quivy & Carnpenhoudt, 2005)

Os autores identificam o primeiro ato de procedimento – Rutura – como o processo de romper com os prejuízos, as falsas provas e ideias pré-concebidas que apenas dão a ilusão de conhecimento e entendimento dos assuntos e tópicos que foram escolhidos para se abordar. O segundo ato de procedimento – Estruturação –, tal como o nome indica, constitui a parte do projeto de investigação onde se cria um plano mental e teórico para se saber como será realizada a observação do que se quer analisar e onde, quando necessário, são propostas a(s) hipótese(s). O último ato – Comprovação – é constituído pela observação (recolha de dados), a análise dos dados e as conclusões, ou seja, onde se podem, ou não, comprovar as hipóteses criadas no segundo ato (quando estas existem) ou para comprovar o que foi estudado no primeiro ato (Quivy & Carnpenhoudt, 2005).

Não fugindo à generalidade da estrutura dos modelos acima referidos, apresenta-se o Modelo de Investigação publicado pela Organização Mundial do Turismo (2001), onde os autores sistematizaram as etapas gerais de uma investigação em turismo (fig.8):

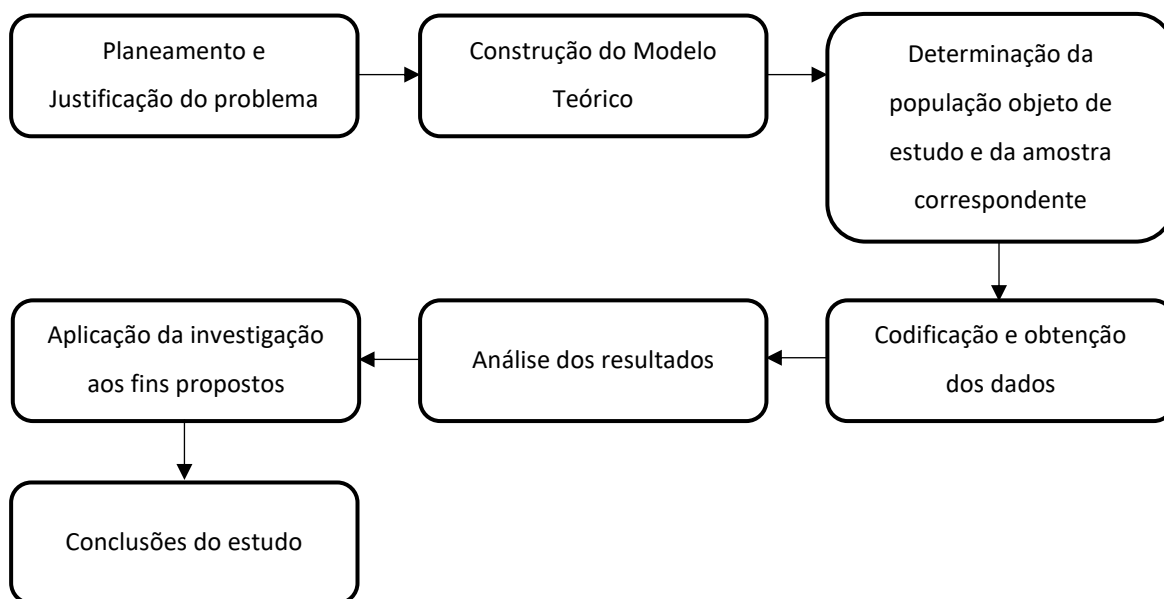


Figura 7 - Modelo de Investigação: Organização Mundial do Turismo

Fonte: Adaptado de (Sancho Pérez et al., 2001)

A primeira etapa do Modelo de Investigação apresentado pela OMT, tem como finalidade o reconhecimento da investigação, a definição do problema a ser estudado, a construção inicial de hipóteses (quando necessário), a definição dos objetivos e das estratégias de investigação, a calendarização e o custo (quando necessário) da investigação e a apresentação das competências e experiência dos investigadores. Dando seguimento à primeira etapa, a segunda etapa é caracterizada pela construção da Revisão da Literatura, pelo planeamento das hipóteses, quando necessário, já pensadas na etapa anterior, pela definição das variáveis de estudo e pela seleção do processo de investigação.

Com base nos modelos acima referidos, decidiu-se para a presente investigação seguir-se o modelo dos autores Quivy e Carnpenhoudt (2005). Com isto, a metodologia será apresentada da seguinte forma:

- Rutura – onde serão abordados o tema escolhido, a questão de investigação e os objetivos definidos;
- Estruturação – onde é apresentado o Modelo de Análise, tendo por base a Revisão da Literatura realizada;
- Comprovação – onde serão apresentados os métodos de recolha de dados, a amostra da pesquisa e o método de análise da informação.

4.3. Rutura

4.3.1. Seleção do tema e Questão de Investigação

O tema de uma investigação pode surgir tendo em conta diferentes fontes, tais como: interesse pessoal do(s) autor(es); problemas identificados durante a leitura da revisão da literatura; problemas de preocupação social; problemas políticos e/ou de gestão; assuntos populares ou de *media*; agendas de investigação publicadas; e *brainstorming* (Veal, 2006). Na presente investigação, o interesse de conhecer a questão da gestão territorial e do desenvolvimento de territórios e da comunidade direcionou para a temática Evento, combinado com a leitura da revisão da literatura dentro da temática, que se decidiu analisar os impactos que os Eventos têm ao nível do Turismo e do Desenvolvimento Local, na cidade de Águeda.

Com base na pesquisa da literatura realizada, percebeu-se que muitas vezes as investigações realizadas nesta temática apenas têm a perceção dos visitantes e participantes dos eventos ou as receitas destes. Com isto, a pesquisa realizada foi direcionada para a perceção da comunidade aguedense para se conseguir perceber as opiniões dos residentes e dos negócios locais.

Tendo em conta a temática escolhida e a direção pela qual a investigação se iria seguir, formulou-se a seguinte **questão de investigação: Qual a perceção dos stakeholders sobre a importância da Organização de Eventos para o Desenvolvimento Local e Turismo no Município de Águeda?**

De acordo com a Revisão da Literatura, o Turismo já é considerado como um segmento económico e tem vindo a demonstrar a sua importância e o seu impacto no desenvolvimento económico e local para as regiões, os eventos estão também a ser cada vez mais reconhecidos como um tipo de turismo – Turismo de Eventos –, e a serem utilizados como elementos-chave nas estratégias de desenvolvimento local.

4.3.2. Objetivos de Investigação

A definição dos objetivos é fulcral para o sucesso de uma investigação, e estes devem ser definidos de uma forma simples dando uma visão clara e precisa da investigação (Sancho Pérez et al., 2001). Para o sucesso desta investigação foram definidos objetivos, um central e diversos teóricos e práticos, de forma a se conseguir responder à questão de investigação da forma mais correta.

Tendo por base a questão de investigação, definiu-se o **objetivo principal** como: **Avaliar a percepção da comunidade sobre a importância da organização de eventos no desenvolvimento local e no turismo no Município de Águeda.**

Para se conseguir atingir o objetivo central, foram definidos **objetivos mais específicos**, tanto teóricos como práticos (fig. 8).

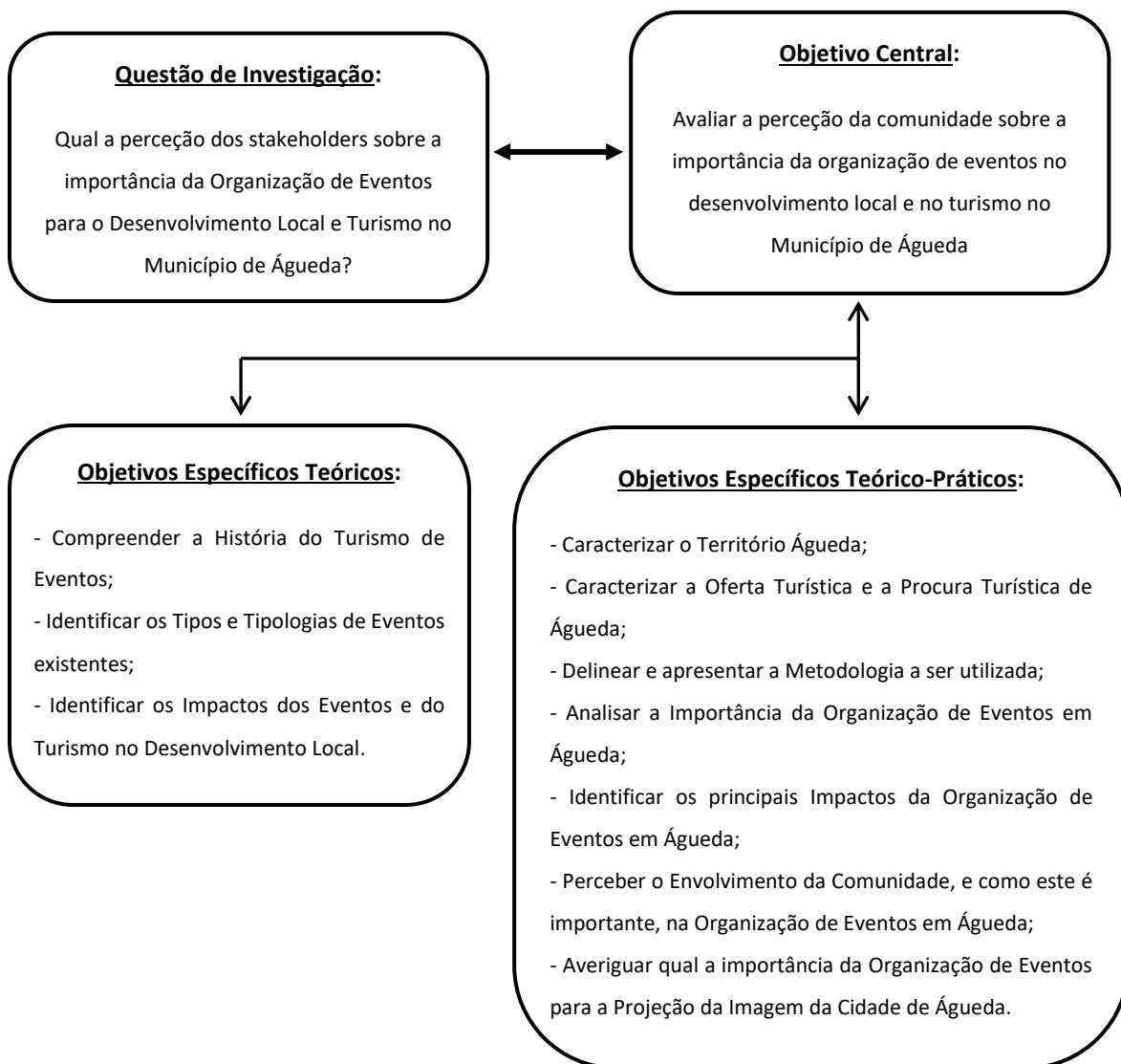


Figura 8 - Esquema Objetivos

Fonte: Elaboração Própria

Para uma melhor organização, os objetivos específicos foram distribuídos pelos capítulos da presente investigação de forma a se conseguir uma melhor resposta e mais organizada a cada um deles (tabela 23).

Tabela 23 - Objetivos Específicos

Objetivos Específicos	Capítulo
Compreender a evolução da História do Turismo de Eventos; Identificar os Tipos e Tipologias de Eventos existentes; Identificar os Impactos dos Eventos e do Turismo no Desenvolvimento Local;	Capítulo 2
Caracterizar o Território Águeda; Caracterização da Oferta Turística e Procura Turística de Águeda;	Capítulo 3
Delinear e apresentar a Metodologia a ser utilizada;	Capítulo 4
Analisar a Importância da Organização de Eventos em Águeda; Identificar os principais Impactos da Organização de Eventos em Águeda; Perceber o Envolvimento da Comunidade, e como este é importante, na Organização de Eventos em Águeda; Averiguar qual a importância da Organização de Eventos para a Projeção da Imagem da Cidade de Águeda.	Capítulo 5

Fonte: Elaboração Própria

4.4. Estruturação

De acordo com a Revisão da Literatura realizada, percebeu-se que as temáticas Eventos, Turismo e Desenvolvimento Local se interligam e se complementam mutuamente para o seu desenvolvimento e sucesso.

Com esta percepção, e com o objetivo principal da investigação, a recolha qualitativa de dados teria então foco na percepção dos entrevistados quanto à Organização de Eventos nas seguintes 3 dimensões: Turismo, Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda.

Através da revisão da literatura, no Capítulo 1, foi indicada a importância que a Organização de Eventos tem vindo a demonstrar para os destinos turísticos, tanto para a sua economia e para o desenvolvimento local, como também para a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade. Um dos pontos realçados por vários autores é a importância do envolvimento da comunidade nesta organização e participação dos eventos.

Com isto, foram definidas 5 áreas a serem desenvolvidas nas entrevistas (tabela 24), de forma a se conseguir investigar como é que a Organização de Eventos é vista e utilizada para o desenvolvimento local, tanto a nível global como a nível do Município de Águeda.

Tabela 24 - Áreas de estudo - Entrevista

Áreas
Importância da Organização de Eventos
Impactos percebidos/sentidos
Envolvimento da Comunidade na Organização de Eventos
Características dos eventos no Município de Águeda

Fonte: Elaboração Própria

Tendo então as 5 áreas a serem analisadas e as dimensões a considerar, verifica-se na tabela 25 a estrutura da entrevista realizada quanto às 4 primeiras áreas:

Tabela 25 - Estrutura Entrevista

Áreas	Objetivo	Perguntas	Dimensões
Importância da Organização de Eventos	Perceber a percepção dos entrevistados sobre a importância da Organização de Eventos nas 3 dimensões.	Qual a importância da Organização de Eventos para...?	Turismo
			Desenvolvimento Local
			Cidade de Águeda
Impactos percebidos/sentidos	Identificar os impactos positivos e negativos mais perceptíveis para os entrevistados da Organização de Eventos nas 3 dimensões.	Quais são os principais impactos positivos/negativos da Organização de eventos para...?	Turismo
			Desenvolvimento Local
			Cidade de Águeda
Envolvimento da Comunidade	Analisar a opinião dos entrevistados sobre a importância do envolvimento da comunidade na Organização de Eventos nas 3 dimensões.	No que se refere, à importância que a Organização de Eventos tem para o envolvimento da comunidade para...	População Residente
			Coletividades inseridas no território
			Empresas e Organizações do Setor Público
Projeção da Imagem da Cidade	Averiguar as implicações e/ou a importância que os entrevistados acham que a Organização de Eventos tem na projeção da imagem da cidade.	Quais são as implicações e/ou importância da Organização de Eventos para a projeção da imagem da cidade?	Cidade de Águeda

Fonte: Elaboração Própria

Na tabela 26 são então apresentadas as perguntas definidas para a área “Características dos eventos no Município de Águeda”.

Tabela 26 - Estrutura Entrevista – Características dos eventos no Município de Águeda

Área	Perguntas
Características dos eventos no Município de Águeda	Quais são os principais eventos organizados na Cidade de Águeda?
	Quais são os principais agentes promotores na Organização de Eventos?
	Quais são as principais tipologias de eventos que se realizam em Águeda?
	Quais são os períodos onde se verifica uma maior concentração na realização de eventos?
	Qual o perfil/perfis dos visitantes/participantes nos eventos organizados em Águeda?

Fonte: Elaboração Própria

4.5. Comprovação

No Turismo, a pesquisa qualitativa é utilizada quando é necessário um entendimento do lazer, ou do comportamento do turista e da situação de alguns indivíduos, que mesmo não sendo representativos da população ou do “total”, a realização da pesquisa é justificável (Veal, 2006). Este tipo de pesquisa é utilizada como estratégia e ferramenta para responder a questões sobre grupos, comunidades, interações humanas, atitudes das pessoas, sentimentos, motivações e tudo o que não pode ser contabilizado ou traduzido para números, descrevendo os fenómenos de interesse ou tentando prever os fenómenos turísticos (Getz, 2007; Sancho Pérez et al., 2001).

Vantagens:

- entendimento mais rico e mais aprofundado da população em estudo (VanderStoep & Johnson, 2008);
- informação mais detalhada e específica (VanderStoep & Johnson, 2008);
- não apresenta uma complexidade técnica elevada (Sancho Pérez et al., 2001)

Desvantagens:

- tamanho de amostra de estudo pequeno e “non-random”, ou seja, pode não se traduzir na generalidade da população em estudo (Getz, 2007; VanderStoep & Johnson, 2008);
- recolha de dados que requerem um período de tempo mais longo (Getz, 2007);
- os dados recolhidos podem não ser tão claros e concretos (Sancho Pérez et al., 2001);

- não é possível recriar uma pesquisa qualitativa e obter os mesmo resultados (Sancho Pérez et al., 2001);

4.5.1 Entrevista

Como Getz (2007) afirma: *“Na minha opinião, geralmente pode-se aprender mais com algumas entrevistas do que se pode a partir de um questionário em larga escala”* (p.367). Dentro dos métodos qualitativos, o que mais se adequa ao propósito da presente investigação é a entrevista. Com isto, foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas, com uma estrutura de perguntas construídas, tendo em conta os objetivos da investigação e a Revisão da Literatura, mas tendo sempre margem e possibilidade para mudar a ordem das perguntas, acrescentar perguntas pertinentes ou que, na altura, fossem necessárias para uma recolha de dados mais completa, de forma a que os entrevistados se sentissem à vontade para se exprimirem sobre os assuntos questionados, obtendo assim respostas diferentes das que pudessem ser previstas (Quivy & Carnpenhoudt, 2005).

Na tabela 27 apresentam-se 5 vantagens e 5 desvantagens do método Entrevista indicadas por Mesquita (2011).

Tabela 27 - Vantagens e Desvantagens da Entrevista

Vantagens	Desvantagens
Apreensão imediata da informação;	Entrevistado pode ser influenciado pelo entrevistador;
Maior flexibilidade e adaptação a novas situações e diferentes tipos de entrevistados;	Mais tempo de preparação e realização;
Recolha de um elevado número de dados diversificados;	Pode criar problemas quanto à fiabilidade (entrevistador, guião, codificação, participantes)
Aprofundamento da perceção do sentido que as pessoas atribuem às suas ações;	Menos útil para efetivar generalizações;
Flexibilidade – o contacto direto permite a explicitação das perguntas e das respostas.	As respostas podem ser condicionadas pela situação da entrevista pois esta implica interações diretas.

Fonte: Adaptado de (Mesquita, 2011)

A entrevista foi construída de forma que se conseguisse analisar várias dimensões com a mesma pergunta ou conjunto de perguntas. Ou seja, em cada área de estudo definida, estariam 3 dimensões associadas (fig. 9).

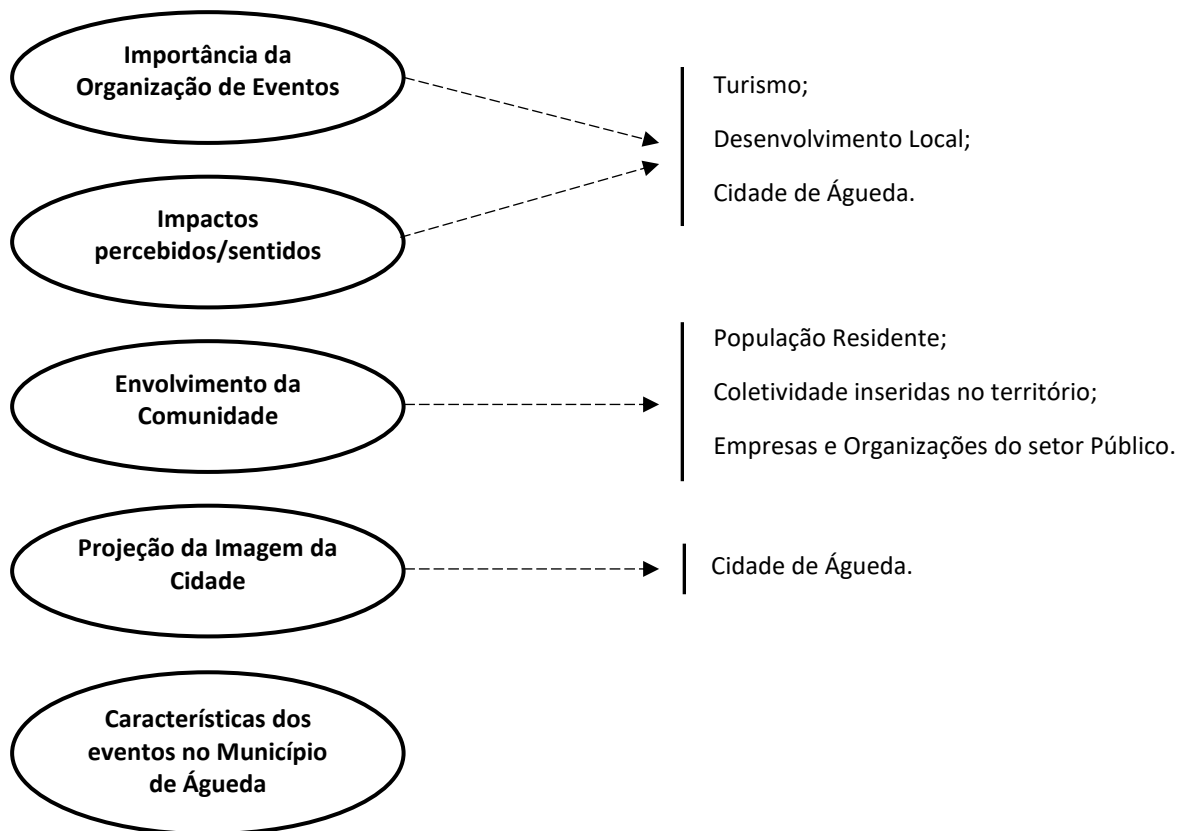


Figura 9 - Esquema Entrevista

Fonte: Elaboração Própria

4.5.2 Seleção dos agentes económicos locais e entrevistados

Na seleção dos entrevistados, olhou-se para a componente Pública e foi selecionada a entidade municipal, pois esta é responsável pelo Turismo do Município. Para a componente Privada foram analisados, tendo em conta a Conta Satélite, os estabelecimentos e empresas existentes na cidade de Águeda que melhor se enquadravam para a presente investigação, sendo a sua área de atividade e localização geográfica os critérios de seleção.

No fim da seleção e do contacto com os estabelecimentos/empresas/indivíduos que se mostraram recetivos a realizar as entrevistas, foram realizadas 9 entrevistas a entrevistados de diferentes negócios e funções:

- 1 entrevista à entidade municipal;
- 3 entrevistas a estabelecimentos da Restauração;
- 2 entrevistas a estabelecimentos Hoteleiros;

- 1 entrevista a uma Associação Recreativa, responsável por bastantes eventos realizados na cidade de Águeda;
- 2 entrevistas a Empresas de Organização de Eventos.

4.5.3. Análise da Informação

Após a seleção e definição do método de recolha de dados e a seleção dos entrevistados, iniciou-se o processo da realização das entrevistas. Este processo foi administrado entre o período do mês de março e do mês de junho de 2021. Em tempo normal, este seria o período de preparação para um dos maiores eventos realizados na cidade de Águeda, nomeadamente o AgitÁgueda, contudo, devido à pandemia, o mesmo não se realizou no ano de 2020 e no ano de 2021, pelo que foi solicitado aos entrevistados que respondessem às questões pensando nos anos anteriores, excluindo os anos referidos.

No início de cada entrevista, foram explicados o objetivo e a finalidade do estudo e foi solicitada, a cada entrevistado, permissão para a gravação do áudio da mesma, com finalidade de uma melhor e mais acertada análise da informação recolhida. Todos os entrevistados se demonstraram recetivos e cederam permissão para a gravação da entrevista, que foi utilizada para a transcrição de todas as entrevistas.

De forma a se realizar uma análise qualitativa de conteúdo, selecionou-se o software NVivo porque este é um dos softwares *“mais utilizados”* (Veal, 2006). *“As razões da sua popularidade incluem a sua capacidade de ajudar na formação e compreensão de dados e a sua capacidade de ajudar a formar e testar pressupostos teóricos sobre dados”* (Veal, 2006, p.214).

Como está ilustrado na figura 10, o software NVivo está dividido em 5 principais separadores:

- O primeiro, *“Dados”*, permite ao utilizador consultar os seus arquivos, classificar os seus arquivos com atributos escolhidos pelo mesmo e ainda fornece a possibilidade de criar documentos NVivo para representação de fontes de dados que não podem ser importadas;
- O segundo, *“Codificação”*, permite ao utilizador criar os seus códigos, podem ser considerados como critérios, para codificar e facilitar a análise dos seus arquivos;
- O terceiro, *“Casos”*, serve para identificar, apenas se for necessário para o utilizador, ficheiros que representem pessoas, organizações, ou que facilitem a análise de dados ao utilizador;

- O quarto, “Notas”, permite ao utilizador acrescentar memorandos, anotações e matrizes estruturais ao seu projeto.

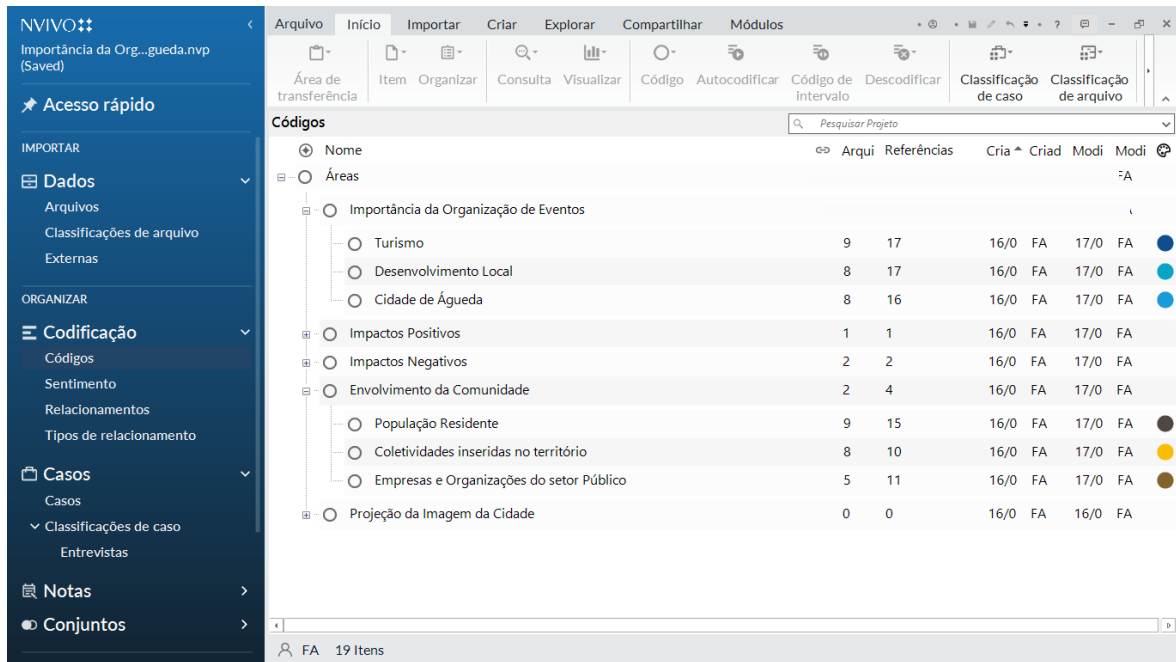


Figura 10 - Ilustração do Software Nvivo

Fonte: Adaptado de Software NVivo

4.6. Conclusão

O presente capítulo permitiu a delineação do processo de investigação a ser utilizado, bem como a definição dos objetivos que permitiriam responder à Questão de Investigação. A análise qualitativa apresenta vantagens que permitem recolher e analisar dados de forma mais natural e mais correta da opinião e perceção dos indivíduos selecionados. Isto leva a que sejam retiradas conclusões mais certas e representativas da realidade quando se pretende analisar fenómenos naturais que dependem do ambiente social e não são traduzidos em números.

A seleção dos entrevistados da presente investigação incluiu 9 indivíduos, representando Organizações Públicas, Associações Recreativas, estabelecimentos de Restauração e Hotelaria e Empresas de Organização de Eventos. A seleção destes teve como base o nível de influência que a Organização de Eventos poderia representar para estes, bem como a influência destes na Organização de Eventos. Também se teve em consideração a sua localização geográfica e a sua área de negócio.

A finalidade da entrevista seria perceber qual a opinião e percepção dos entrevistados sobre a Importância da Organização de Eventos para o Turismo, Desenvolvimento Local e Cidade, os Impactos sentidos desta, como é feito o Envolvimento da Comunidade na Organização de Eventos e como esta influencia a Projeção da Imagem da Cidade.

Capítulo 5 – Análise e Discussão dos Resultados

5.1. Introdução

No seguinte capítulo são apresentados os resultados provenientes da realização das entrevistas aos indivíduos das diferentes entidades, bem como a discussão dos mesmos tendo em conta os objetivos específicos delineados para cada área da entrevista. A análise das entrevistas foi realizada com o auxílio do software NVivo, permitindo assim uma análise mais organizada e, conseqüentemente, mais representativa das mesmas.

O capítulo está dividido em 3 partes: Apresentação de Resultados; Discussão de Resultados; e Características dos eventos no Município de Águeda. Na Apresentação de Resultados é feita uma caracterização sucinta dos entrevistados, seguindo-se pela apresentação dos dados obtidos tendo em conta as áreas definidas para a entrevista, apresentadas no capítulo anterior.

Na Discussão de Resultados, seguindo a mesma linha de trabalho que na Apresentação de Resultados, são discutidos os resultados tendo em conta os objetivos específicos da entrevista, tendo sido criadas perguntas de investigação para cada objetivo específico.

Por fim, apresentam-se as Características dos eventos no Município de Águeda. Decidiu-se incluir esta área de forma separada, pois os objetivos específicos delineados eram bastante objetivos e diretos, não sendo necessária uma análise muito profunda e extensa.

5.2. Apresentação dos Resultados

A realização das entrevistas permitiu compreender de uma forma mais clara a perspetiva dos negócios locais e das entidades de serviço público quanto à importância e impacto que a organização de eventos tem. Todos os entrevistados responderam às questões tendo em conta o seu ponto de vista, pelo que estes acabaram por se focar em Águeda, por vezes não pensando a nível global, mas sim apenas em Águeda.

De forma a se manter a privacidade dos entrevistados, não serão identificadas as entidades entrevistadas, exceto o Organismo Público já referido como a Câmara Municipal de Águeda. Com isto, a apresentação dos resultados terá como identificação das entidades a seguinte:

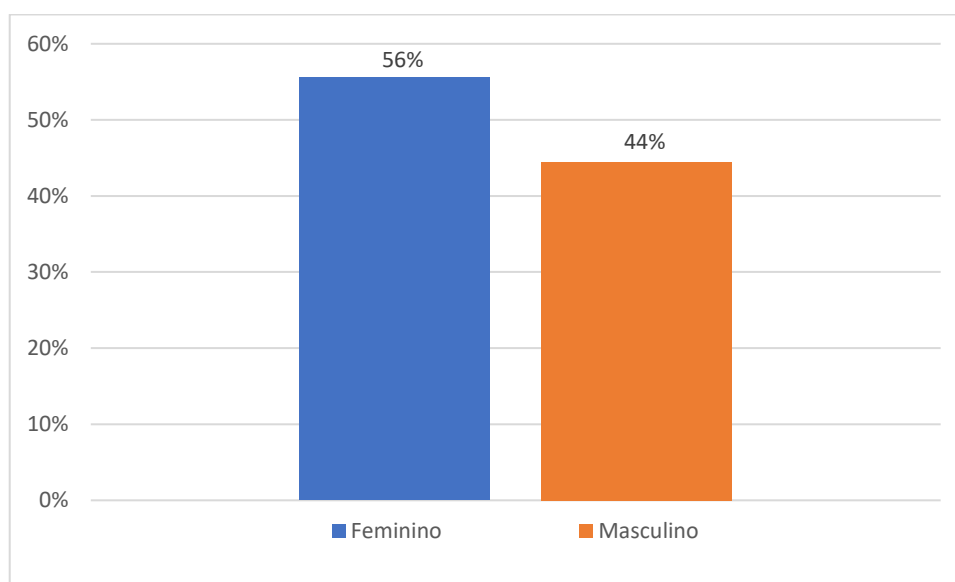
- Organismo Público (OP): OP
- Estabelecimentos de Restauração: (ER): ER1; ER2; ER3

- Estabelecimentos Hoteleiros (EH): EH1; EH2
- Associação Recreativa (AR): AR
- Empresas de Organização de Eventos (EOE): EOE1; EOE2.

5.2.1. Caracterização dos Entrevistados

No gráfico 7 está apresentada a distribuição entre o sexo dos entrevistados. Mesmo sendo notável uma ligeira diferença entre o sexo, tendo o sexo feminino mais peso, existe um equilíbrio razoável entre os mesmos. Dos 9 entrevistados, 56% são do sexo feminino, ou seja, 5 do total de entrevistados, enquanto os restantes 4 entrevistados são do sexo masculino (44%).

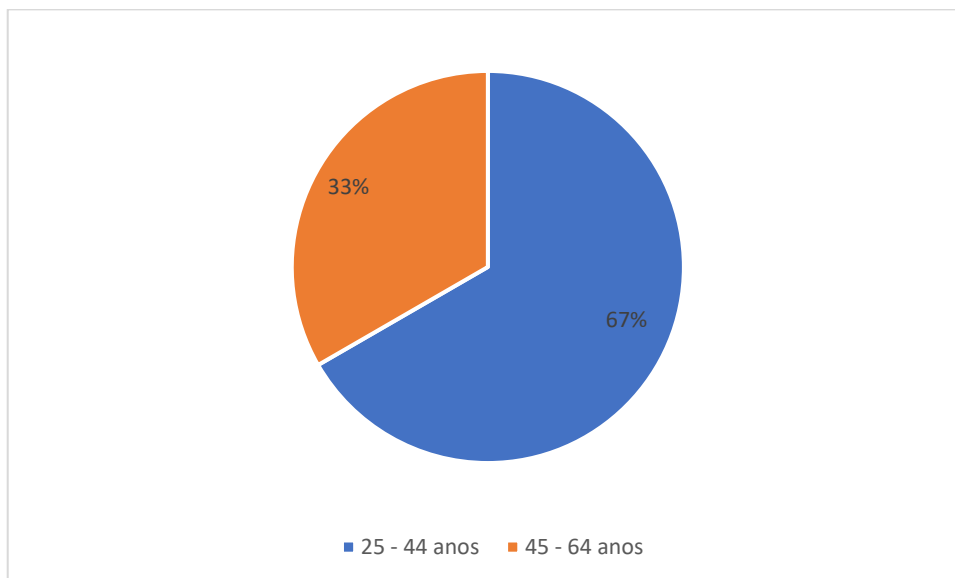
Gráfico 7 - Sexo Entrevistados



Fonte: Elaboração Própria

Como é possível verificar no gráfico 8, 67% dos entrevistados encontram-se dentro do Grupo Etário dos 25 aos 44 anos, segundo a escala do INE.

Gráfico 8 - Grupo Etário Entrevistados



Fonte: Elaboração Própria

Quanto ao cargo que cada entrevistado possui nas entidades selecionadas apresenta-se a seguinte tabela:

Tabela 28 – Cargos dos Entrevistados

Entidades	Cargo
Organismo Público	Vice-Presidente
Associação Recreativa	Coordenação Executiva e Comunicação e Multimédia
Estabelecimentos de Restauração	Proprietários
Estabelecimentos Hoteleiros	Diretor; Proprietária
Empresas de Organização de Eventos	Proprietárias

Fonte: Elaboração Própria

Apenas uma entidade pertence ao Setor Público, enquanto 78% das entidades selecionadas pertencem ao Setor Privado, respetivamente os Estabelecimentos de Restauração e Hoteleiros e as Empresas de Organização de Eventos.

5.2.2. Importância da Organização de Eventos

De um modo geral, a análise das entrevistas realizadas demonstrou que todos os entrevistados partilham da mesma opinião que a Organização de Eventos se demonstra bastante importante para o Turismo, para o Desenvolvimento Local e para a Cidade de Águeda.

O entrevistado OP1 realça um ponto importante, referindo que **“(...) todos os Municípios do País já perceberam, e o governo em geral, de que esta parte dos eventos tem uma importância muito forte”**, demonstrando que os eventos já são vistos de um modo geral como uma ferramenta importante para os destinos onde são organizados.

Turismo

“A Organização de eventos é uma mais-valia para o turismo” (EOE2). Tal como referiu o entrevistado EH1, a Organização de Eventos **“É muito importante, (...), porque sem eventos e sem dinamização de toda a área que os eventos abrangem, (...), não há interesse e (...) o objetivo é mesmo criar interesse nos locais, nos destinos, nas atrações que possam haver através de eventos que sejam eventos de promoção, sejam eventos de cariz mais cultural ou algo diversificado para enaltecer do turismo”**. Indo de encontro ao referido pelo entrevistado EH1, o entrevistado EH2 afirma que um evento **“claro que atrai sempre o turismo, porque motiva a visita, alia-se a diversão um bocadinho ao passeio”** indicando também que **“se o turismo não tiver uma motivação, uma envolvência numa cidade, a cultura só não basta”** (EH2).

O entrevistado OP salienta que já foi percebido **“que grande parte das pessoas do Turismo que até vêm a Portugal, tem muito a ver com eventos”** e que estes trazem **“muita gente que já se desloca, e não só dentro do próprio país, mas também a nível de países do exterior, pessoas que vêm de fora”**.

Tal como o entrevistado OP, todos os entrevistados referiram que os eventos atraem turistas, tanto nacionais como estrangeiros, e que ao longo dos anos tem se vindo a verificar um aumento destes e conseqüentemente uma adaptação por parte dos negócios para responder ao aumento da procura. O entrevistado ER1 referiu que **“adaptámos aqui o nosso menu com várias línguas para conseguirmos dar resposta a tanto estrangeiro que agora temos e tanto turista, porque também a nível nacional vêm de todos os pontos do país”**, mostrando a adaptação que o seu estabelecimento realizou devido ao aumento de turistas que se tem verificado no território **“desde que começaram então a fazer as festas, tanto temáticas como concertos”**, pois este tipo de eventos **“atraiu muitos**

turistas, (...) agora vem gente de todo o país, toda a Europa e todo o Mundo” (ER1). O entrevistado AR, mesmo não sendo da mesma área que os entrevistados da área da Restauração, também enalteceu que a “área da restauração, adaptou-se e evoluiu”, indicando também que agora “os restaurantes já têm um menu em inglês para a malta que vem de fora perceber o que é que está lá escrito” (AR).

Também o entrevistado ER3 partilhou da opinião que os eventos “*são importantes*” para o Turismo, pois “*atraem pessoas, (...) são coisas que atraem sempre muita gente, estrangeiros também*”.

Aliando a “*organização de eventos a atividades de turismo, isto vai fazer com que as pessoas tenham mais vontade de vir e até voltar*” (EOE2), algo que já se tem vindo a verificar “*de ano a ano*” através de estudos realizados pela Câmara Municipal de Águeda que demonstram que “*quem veio, veio mais que uma vez, e quem veio pela primeira vez, a grande parte, soube através de outras pessoas*” (OP) através da chamada publicidade de boca a boca, o que demonstra que o que está a ser feito está a ter resultados positivos.

O entrevistado EOE1, partilhando da mesma a opinião dos restantes entrevistados, respondeu à questão um pouco por outra perspetiva. Este salientou o problema da sazonalidade no Turismo, e apontou que os eventos podem “***combater aquilo que é sazonalidade da própria atividade turística, potenciando ou criando uma alternativa para combater a sazonalidade, tanto a nível local como a nível do turismo***”, dando um exemplo de que se pode aproveitar “a época baixa” e “*criar uma atividade também para o público local*”.

Salientando ainda mais a importância da Organização de Eventos para o Turismo, o entrevistado EH1, falando especificamente da cidade de Águeda, referiu que como a cidade “*tem alguma dificuldade na parte turística porque não tem história*”, sendo “*uma cidade extremamente comercial e industrial*”, os “*eventos são muito importantes*” pois “*só assim se cria valor e se cria interesse na visita do turista*”.

Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda

Quanto ao Desenvolvimento Local e da Cidade de Águeda, todos os entrevistados também partilharam de uma opinião positiva quanto à Importância da Organização de Eventos para tal.

Foi referido que a Organização de Eventos “*mexe com a economia*” (ER3) ajudando o “*comércio local*” (ER3), tanto o pequeno como o grande, e que “*todos estão à espera, principalmente dos*

grandes eventos, (...) porque é uma lufada de ar fresco para todos os comerciantes” (ER1). E, tal como o entrevistado EOE1 referiu, “o bom de qualquer iniciativa que seja promovida, seja pelos privados seja pela própria Autarquia, (...) é que haja uma retenção do dinheiro gasto”.

O entrevistado OP ainda referiu que, através de estudos realizados pela Câmara Municipal de Águeda sobre o impacto económico do evento AgitÁgueda, *“cada investimento que é feito nestes eventos, (...), cada 1€ tem um retorno na ordem dos 3,5€ a 4€”*, mostrando assim que a Organização de eventos ***“é fundamental, não só para a promoção dos territórios, mas também para a dinamização da economia local”***, salientado ainda que é de extrema importância para a Câmara Municipal de Águeda que o dinheiro investido nos eventos *“tenha um retorno”* que seja distribuído por todas as áreas e setores.

Para além de promoverem os próprios territórios, os eventos *“também servem para trazer as pessoas, e (...) o comércio local, as empresas (...) que andam à volta destes eventos, usufruem deste impacto”* (OP). E como indica o entrevistado AR, *“isso tem se verificado até no comércio”*, dando o exemplo da Baixa de Águeda que antigamente *“não tinha nada”*, e que *“passou a ter lojas e até os próprios comerciantes se adaptam e decoram as suas lojas”* quando há algum evento, para as *“pessoas saberem e virem nessa altura”*.

O entrevistado ER1 realçou uma consequência da Organização de Eventos interessante sobre a população local, pois estes, *“como o espírito todo é tão alegre”* na altura dos eventos, *“acabam por participar mais e também comprar mais e investir no comércio local”*.

Quanto à estrutura da cidade, apenas dois entrevistados referiram o assunto. O entrevistado EOE2 indicou que a Organização de Eventos, atraindo mais público, *“faz com que se consiga conhecer mais atividades e, por consequente, muda a estrutura da cidade para dar azo à realização desses eventos”* dando como exemplos as estruturas dos edifícios, espaços públicos, jardins etc. Indo de encontro a esta opinião, o entrevistado ER3 indicou que *“a cidade prepara-se”* e que *“a Câmara tem que fazer um reordenamento”* dando o exemplo dos estacionamento.

O entrevistado ER2 referiu que *“Águeda (...) é um concelho fortemente industrializado”*, e o entrevistado EH2 indicou que um dos objetivos da Organização de Eventos é que *“a cidade desenvolva, (...) e que o evento seja positivo”*, mas que também seja *“o melhor para o nosso tecido empresarial”* (EH2). O entrevistado ER2 ainda salientou que ***“aliando agora a essa vertente das empresas e a questão do Turismo, acaba por ser aqui uma sinergia muito interessante”***, tendo como consequência a entrada de investimento na cidade, *“quer investimentos diretos e indiretos”*.

Estes investimentos vêm um pouco do Turismo, mas são *“fruto também já da tradição do forte investimento da industrialização”* (ER2).

Durante as entrevistas também foi referido que a Organização de eventos *“atrai muita gente de fora e que muitas pessoas acabam por vir para cá trabalhar”* (ER3) e que *“a questão dos eventos (...) é mais uma ferramenta (...) para criar consistência, para vender o destino”* (EOE2).

O Desenvolvimento Local e da Cidade de Águeda é importante, e este desenvolvimento passa por desenvolver aquilo *“que já existe, realmente se calhar enaltecer, diversificar e mostrar o que há de diferente”* (EH1), e para a Águeda *“quantos mais eventos houver melhor será para a cidade”* (EOE2) porque ***“o desenvolvimento da cidade não era efetuado até o aparecimento do Turismo e eventos que promovessem o mesmo”*** (EH1). O entrevistado EH2, falando da sua área de negócio, mostrou o quanto os negócios relacionados com o Turismo beneficiam dos eventos dizendo que *“claro que está que agradecemos os eventos porque atrai o turismo, e o negócio vive dos turistas”*.

De acordo com o entrevistado EH2 *“a localidade só se desenvolve se tiver o dito Turismo”*, mas também precisa de ter *“a própria população também a participar e a colaborar”*. E este refere que ***“a cidade também se envolve de uma forma muito interessante quando há os eventos, e acaba por a população local e a própria cidade estar toda agitada”*** o que, conseqüentemente *“também ajuda o turismo”*, pois Águeda *“transforma-se mesmo”* e *“fica mágica de diversão e de ambiente saudável”*.

Discordando um pouco do resto dos entrevistados, mesmo tendo a opinião que a Organização de Eventos é de extrema importância para o Desenvolvimento Local e para a Cidade de Águeda, o entrevistado EOE2 refere que ainda é preciso *“haver mais apoios das entidades”*, referindo-se a apoios a entidades de menor dimensão, e que deveria haver mais comunicação entre estas, dando um exemplo de haver uma plataforma digital *“onde as pessoas quando planeiam organizar algum evento possam lá meter essa informação”*, para evitar que *“colidam vários eventos”* no mesmo dia.

5.2.3. Impactos Positivos da Organização de Eventos

Em geral, todos os entrevistados apontaram mais impactos positivos do que impactos negativos provenientes da Organização de Eventos nas 3 dimensões analisadas.

Turismo

Os principais impactos da Organização de Eventos para o Turismo que os entrevistados identificaram foram a afluência turística e o desenvolvimento turístico.

O entrevistado EOE2 referiu que *“quantos mais eventos nós organizarmos, mais probabilidade há de pessoas (...) nos virem visitar”*, cria-se um maior **“fluxo de turistas, quer sejam estrangeiros quer mesmo os turistas do nosso país”** (ER2).

A Organização de Eventos, e *“a promoção e o marketing que é desenvolvido, (...) que acaba por promover também o destino ou aquilo que está inerente a esse evento”* (EH1), permite *“atrair pessoas às quais se calhar não se conseguiria chegar”* (ER3) e *“quanto mais pessoas trazer, melhor”* (EOE2) e, se os visitantes gostarem do destino e do que experienciaram neste, *“vão querer voltar para os anos seguintes, vão levar uma boa mensagem”* (ER3).

O entrevistado EH2 indicou que *“o turismo tem a ganhar no sentido em que qualquer cidade que motive um interesse, uma dinâmica, um evento, acaba sempre por o turismo ganhar, porque este fica mais rico”*. E, falando especificamente do evento AgitÁgueda, o entrevistado EH1 referiu que existe a **“noção que (...) o desenvolvimento desse evento fez com que se despoletasse um desenvolvimento turístico aqui no município”**

Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda

A Organização de Eventos está ligada *“a novos métodos de publicidade e novos métodos de marketing, e isso acaba por ajudar o Desenvolvimento Local”* (EH1) pois a promoção e divulgação, *“a nível nacional e mundial”* (ER1) de um evento, faz com que *“aquele local também o seja”* (ER1). O entrevistado AR exemplificou este fenómeno com os guarda-chuvas, que já *“são reconhecidos”*, os doces tradicionais de Águeda, havendo já *“um festival só com os doces tradicionais”*, e as bicicletas, *“que Águeda já tem uma indústria fortíssima a nível de ciclismo e motorizadas”*, e esta promoção do destino e do que este tem para oferecer, *“passa a ser reconhecido mais facilmente”*.

A dinamização da economia local também foi um tema abordado diversas vezes pelos entrevistados. Os entrevistados referiram que os eventos *“dinamizam a economia local”* (ER2), que esta *“cresce um bocado a custo destas pequenas e grandes iniciativas”* (EOE1), pois permite a *“dinamização do comércio local”* (ER3) e do *“comércio tradicional”* (ER2).

O entrevistado OP mencionou que *“há coisas que nós nem nos lembramos”*, empresas que são necessárias na Organização de Eventos para pequenas coisas, essenciais, mas que as pessoas nem se costumam lembrar. Deu o exemplo de empresas de gelo, que são precisas toneladas deste bem para eventos como o AgitÁgueda, indicando que *“são pequenos nichos que sazonalmente acabam por ter um impacto muito grande na economia dessas empresas”*. Também indicou as empresas relacionadas diretamente com a Organização de Eventos, como *“empresas que se dedicam a estes eventos, eventos culturais, a produção, a logística, todo o palco, toda a luz”*, mostrando que todas estas empresas, relacionadas direta ou indiretamente com a Organização de Eventos, fazem *“parte desta economia”*.

Um exemplo dado pelo entrevistado EOE1, foi sobre o evento AgitÁgueda e a área da Hotelaria: *“Começámos a ter bons hotéis, (...), temos alguns negócios que começaram a gravitar do AgitÁgueda”*. Juntando um pouco a opinião do entrevistado EH2, este referiu que como o ambiente social, durante um evento, é de *“diversão, como tem juventude, estrangeiros, acaba por ser muito mais interessante e muito mais benéfico para o alojamento local”* e, conseqüentemente, *“com o resto também dos serviços”* que estão ligados ao alojamento local, como por exemplo serviço de bar, restauração, snaks, entre outros, acabando por ganhar todos com a Organização de Eventos. O entrevistado ER1 salientou que *“é-me fundamental ter esses eventos aqui para o meu negócio”*.

Um outro impacto identificado pelos entrevistados, foi o impacto que a Organização de Eventos tem na empregabilidade. O entrevistado OP refere que ***“em termos de impactos económicos, em termos de emprego, há um aumento grande”***, quando fala de um dos principais impactos sentidos, em Águeda, da Organização de Eventos. O entrevistado EH1, completando também o que o entrevistado OP menciona, indica que *“tudo o que faz o evento, (...) a luz, música, n coisas que possam existir, é emprego que se cria”*.

Contudo, o entrevistado OP acrescenta que não podem ser esquecidos os serviços públicos que, na altura dos eventos, também geram empregos. Salaria que as pessoas quando vão a um destino querem ter certos serviços funcionais, dando exemplo de que as pessoas *“não querem estar a tropeçar no lixo, querem sentir segurança”*.

Através da Organização de Eventos, as pessoas *“têm mais onde investir, até pequenos negócios locais que, se calhar, as pessoas não teriam coragem de investir”* (AR) o que pode levar a que haja *“mais postos de trabalho”* (AR).

O entrevistado OP constata que o aumento do emprego também vem do emprego sazonal, que *“são aquelas pessoas que já sabem que é só durante aquele mês de julho”*, fazendo referência ao AgitÁgueda, *“e se preparam para promover os seus produtos, para vender as suas iguarias, (...) mas que só são produzidas neste período”*. O entrevistado ER3, da área da Restauração, afirma que, em época de eventos, tem *“que fazer a chamada contratação temporária, o reforço”*, e, fazendo referência também ao evento AgitÁgueda, diz que *“mesmo não tendo barraca lá em baixo, aqui em cima sente-se um aumento de afluência”*. Ou seja, **“quantos mais eventos houvesse, mais emprego nós gerávamos”** (EOE2).

Outra questão ligada à Organização de Eventos é a das acessibilidades e infraestruturas. Um impacto que se pode verificar da Organização de Eventos nesta questão das acessibilidades em Águeda é que estas *“já estão a ser melhoradas”* (ER2) e que *“estão a investir finalmente nos transportes, para que a rede com os Municípios à volta seja fortalecida e para que haja proximidade com pessoas que não são daqui para virem cá”* (AR). Quanto às infraestruturas, já é notável uma diferença, pois antigamente, por exemplo, *“as praias fluviais não estavam a ser aproveitadas”* (ER3) e agora já há *“investimento nas praias fluviais, o investimento nas pateiras, já começam a criar trilhos também para caminhar”* (ER3).

Quatro dos entrevistados falaram da questão da fixação de pessoas no local. O entrevistado EOE1 referiu que, pessoas que participem em eventos em Águeda e que passem a conhecer a cidade, decidem *“depois ficar a trabalhar e a morar em Águeda”*, referindo que *“já há muitas situações dessas”*. O entrevistado ER2, partilhando da mesma opinião que o entrevistado EOE1 e tendo dito o mesmo, acrescentou que as pessoas *“vêm aqui e a primeira impressão é muito boa, vêm para visitar e depois acabam até se calhar por se radicar cá”* referindo ainda que *“tem havido também uma crescente localização ou a fixação de pessoas cá em Águeda, centro e arredores”*.

Indo de encontro ao que o entrevistado ER2 mencionou sobre a boa impressão dos visitantes quando visitam Águeda, o entrevistado OP refere que *“através de eventos nós conseguimos fixar pessoas nos locais, nas nossas cidades, e conseguimos passar uma boa mensagem”*, demonstrando assim o peso dos eventos para esta boa primeira impressão dos visitantes que os podem levar a querer fixar-se nos locais. O entrevistado ER1 acrescenta ainda que *“a cidade cada vez está a acolher mais imigrantes”* e que *“pessoas também que estudaram cá e querem ficar”* na cidade.

A Organização de Eventos geralmente também provoca um impacto na comunidade e no ambiente da cidade. O entrevistado EH2 refere que quando há eventos há **“toda uma envolvência que positivo é de todo”**. O entrevistado EOE1 confessa até que o impacto mais positivo que vê da

Organização de Eventos *“é aquele sentimento de pertença, satisfação das pessoas se sentirem realizadas no sítio onde estão”*, que vem muito de uma forte e boa comunicação entre as entidades e a comunidade, o que leva a que haja *“uma maior entrega das pessoas e dos agentes”* (EOE1).

O entrevistado OP também menciona um fenómeno interessante e positivo consequente do AgitÁgueda, pois, antigamente, quando chegava o mês de julho e a universidade acabava, os jovens voltavam para as suas terras e Águeda ficava um pouco deserta. Desde que se realiza o AgitÁgueda *“pelo menos durante o mês de julho, inverteu-se essa situação”*, pois *“vive-se uma sensação de festa que as pessoas querem ficar”*, então *“os jovens ficam em Águeda e, além disso, convidam as famílias, convidam os amigos, (...) e não é só para assistir após estar cá algumas horas, acabam por passar um período mais alargado”*.

5.2.4. Impactos Negativos da Organização de Eventos

A maioria dos entrevistados referiram que, na sua opinião, a Organização de Eventos não tem impactos negativos.

O entrevistado EH2 referiu que não notava impacto negativo em qualquer dos eventos organizados em Águeda, que, *“muito pelo contrário”*, eram todos *“totalmente positivos e sempre benéficos para a sociedade”*. O entrevistado EOE2 indicou que ao nível do seu negócio não conseguia identificar impactos negativos, dizendo que acha *“que qualquer evento que se organize não tem impactos negativos”*. O entrevistado EH1, indo ao encontro da opinião dos outros entrevistados, referiu que não vê *“nada que seja tão negativo”*.

Contudo, foram identificados alguns possíveis impactos negativos que podem acontecer ou podem ser sentidos pela comunidade, não sendo propriamente identificados em Águeda ou que, sendo identificados em Águeda, o que ***“se enriquece de conteúdo e de diversão e de toda a envolvência de um evento”*** (EH2) **compensa e supera qualquer impacto negativo** que possa acontecer.

O trânsito ficar *“mais caótico”* (EH2), consequente de *“massas”* (EH1), neste caso *“quantidade de pessoas que vêm”* (OP), *“que também acabam por contribuir para um ambiente não tão saudável”* (EH1). Mais pessoas leva a que haja um constrangimento na *“questão dos estacionamento, das acessibilidades”* (ER2), *“mais barulho”* (EH2), *“às vezes há algumas confusões”* (ER3) ou *“algumas faltas de civismo”* (ER3), *“na quantidade de desgaste da própria cidade”* (OP), onde a Câmara tem que agir e *“reforçar os meios de limpeza”* (OP) e *“reforçar a manutenção”* (OP).

Numa cidade *“as pessoas estão habituadas a um certo estilo de tipo de vida”* (EH1) e os eventos podem vir acabar *“com a paz de algumas cidades”* (EOE2). Contudo, o entrevistado AR afirma que *“isso não é propriamente um impacto negativo, é uma adaptação que as pessoas têm que fazer porque faz parte, porque têm que perceber a importância deste tipo de eventos e de iniciativas para eles próprios”*. O entrevistado OP menciona também que *“nem todo o retorno económico é lucro”* e o entrevistado ER3 diz que, falando do evento AgitÁgueda, que esta também lhes *“roubou clientes”*.

Apesar de os anos 2020 e 2021 não terem sido considerados nestas entrevistas, quase todos os entrevistados fizeram pequenas observações de como o Covid-19 teve um impacto enorme e negativo no seu negócio e em Águeda em si. Com isto, e para demonstrar o impacto que a não realização de eventos tem para uma localidade e todos os setores presentes e comunidade, achase relevante salientar o que o entrevistado EH2 mencionou: *“notou-se bem a importância de um evento para esta cidade e o impacto que teve negativo ele não existir, e sim, o impacto negativo é o não existir”*.

5.2.5. Envolvimento da Comunidade

O entrevistado OP, referindo-se à Câmara Municipal de Águeda, mencionou que *“é muito importante que o dinheiro”* que é investido na Organização de Eventos *“tenha um retorno que vá para todos esses setores (...) desde o comércio tradicional, às IPSS, às associações culturais, desportivas”*, afirmando que a Câmara tem *“essa mesma preocupação”*.

O entrevistado EH1 salienta que a Organização de Eventos *“tem que envolver aquilo que já existe”*, pois há *“uma gestão de custos também a ser feita e conseguir envolver o resto da Comunidade”* de forma a se conseguir procurar a resposta a uma necessidade *“dentro da Comunidade e daquilo que nos está mais próximo é mais vantajoso”* para quem está a gerir um evento e os custos *“que estão inerentes ao mesmo”*.

População Residente

Quanto à População Residente, é notável que, ao longo dos anos, as coisas foram mudando, tanto em relação à envolvimento da população nas atividades que se foram começando a criar e desenvolver, como também pelo aparecimento de atividades que se direcionavam para a população residente e não apenas para os visitantes.

O entrevistado AR indica que antigamente *“não havia coisas abertas ao público, não faziam (...) espetáculos, eventos com a comunidade, para envolver a comunidade e feitos exclusivamente para a comunidade”*, mas que hoje em dia já se verifica isso. Em certos eventos, a Câmara impõe certos preços de venda para que *“toda a gente possa ter acesso”* (ER3). A maioria dos eventos realizados em Águeda *“são gratuitos”* (ER1) para *“famílias e para toda a gente ter acesso”* (ER3).

Isto leva a que haja o *“envolvimento de outros”* (EH1), a ***“população colabora toda, colaboram todos juntos e trabalham todos como um só”*** (EH2), e sendo também uma população *“tão pacífica”*, (EH2) a sua envolvimento acontece *“com bastante positividade”* (EH2). E, de acordo com a opinião do entrevistado EOE2 sobre os eventos e a população residente, *“quantos mais houver, mais pessoas se vão envolver”*.

Não retirando a importância da envolvimento da população residente na Organização de Eventos, o entrevistado ER2 refere que a população de faixas etárias mais novas *“está motivada para essas atividades”*, enquanto *“as pessoas mais idosas, não tanto”*, sublinhando que estas *“não deixam de ser válidas”*. Contudo, indica que *“já se fazem algumas iniciativas”* para incluir também as pessoas mais idosas nestas atividades.

Quando os maiores eventos de Águeda começaram a realizar-se, os locais eram um pouco desligados e, de acordo com o entrevistado OP, *“não queria saber se alguém estivesse a estragar”* as ruas, as decorações, entre outros. Hoje em dia já não se verifica o mesmo, agora *“as próprias pessoas limpam, as próprias pessoas cuidam da sua rua, cuidam da sua loja, cuidam da entrada da zona ali muito perto do comércio, e cada um trata da sua rua, preocupam-se se alguém está a estragar e não deixam, chamam logo à atenção”*, e estes acontecimentos demonstram que ***“os eventos servem também muitas vezes para mudança de mentalidades e para mudança de hábitos e conceitos”***.

Esta envolvimento na Organização de Eventos, ***“também cria um compromisso, uma certa coesão territorial”*** (EOE2), as pessoas ganham uma sensação *“de pertença, de compromisso, e até de amor e de orgulho pela terra”* (EOE2) e *“desde que as pessoas se sintam integradas”* (OP) nos eventos, que *“consigam perceber que lucram com isso, temos a garantia de que está o sucesso alcançado”* (OP).

Coletividades inseridas no território

Quanto às coletividades inseridas no território, a maioria dos entrevistados referiu-se a estas como “Associações”, pelo que as duas palavras vão ser consideradas equivalentes.

O entrevistado ER1 referiu que a Organização de Eventos ***“para as coletividades também é uma mais-valia muito grande porque (...) é lhes dado oportunidade de inovarem, de fazerem alguma coisa pela sua Associação e terem mais fundos”***.

O entrevistado AR diz que com o começo da Organização de Eventos em Águeda, *“tudo isso veio acordar as pessoas para a cultura aqui na cidade de Águeda, até a nível intra e interassociativo”* envolvendo todas as associações presentes no território. O entrevistado EOE2 apontou que *“as coletividades podem ser envolvidas em eventos”*, o que lhes permite dar *“a conhecer o que têm”* (ER2), *“desenvolver as freguesias”* (EOE2), entre outros.

Um dos exemplos mais dado pelos entrevistados foi o evento AgitÁgueda, já que neste *“a Câmara envolve bastante associações culturais e recreativas”* (EH2) com lugares gratuitos onde estas permanecem, trocando semanalmente, dando a conhecer a sua causa e o que têm de melhor, o que lhes permite *“ganhar ali um grande fundo de maneio”* (ER1) e, muitas vezes, *“mais do que aquilo que recebem ao longo do ano, em termos de apoios e subsídios”* (OP), o que as ajuda *“a fazer essas atividades sociais, o apoio social, o apoio recreativo e desportivo”* (OP) no futuro e *“é uma grande alavancagem a essas associações que a cidade lhes promove”* (ER1). Nestes eventos também *“toda a cidade adere de bom grado e vai ajudar”* (ER1) as coletividades.

Todas as coletividades inseridas no território têm a mesma *“oportunidade de participar”* (ER1) neste evento, e o que acontece para se decidir quais coletividades vão estar presentes no evento em cada *“é: quem fica de fora, no ano a seguir fica direto, as outras é que vão a concurso para ver quem é que lá vai”* (ER3). Torna-se bastante *“interessantes envolvê-las (...) porque digamos que são a essência da cidade”* (EH2).

Outra perspetiva dada pelo entrevistado EH1, é que se pode tirar proveito *“de um espaço ou de alguém que saiba fazer X, Y ou Z”* que pertença a essas coletividades, com a *“perspetiva de as promover e de as ajudar”* pois algumas *“não têm essa capacidade e visão”*.

Empresas e Organizações do Setor Público

Ligando com o que referiu quanto à importância do Envolvimento da Comunidade na Organização de Eventos para a População Residente, o entrevistado EH1 diz que se existem necessidades que precisam de ser satisfeitas, *“nós podemos recorrer”* às empresas e organizações do Setor Público da Região, porque elas *“estão aqui ao nosso lado”* e *“em princípio têm uma capacidade de resposta mais efetiva e mais instantânea”*.

Exemplificando o referido, ***“todas as infraestruturas que são preparadas nos eventos são de empresas de Águeda”*** (EH2), e o entrevistado OP menciona que a Câmara, quanto ao que é necessário para realizar um evento, procura que os *“fornecedores sejam principalmente de Águeda”* (OP). O entrevistado EH2 acha que *“é bastante correto para o desenvolvimento do quadro empresarial da cidade”* que isto seja feito desta maneira.

Dando o exemplo do evento AgitÁgueda, o entrevistado ER3 explica que *“há um concurso para as boxes de forma a toda a gente ter acesso, fazem um concurso com todas as coisas corretas o que dá oportunidade a todos de tentar, só não tenta quem não quer, (...) há oportunidade igual para todos”*. O entrevistado OP completa o dito pelo entrevistado ER3 mencionando que os bares *“acabam também por poder se promover a eles próprios”* e que as pessoas *“acabam por ter uma boa imagem desse bar e (...) quando vêm a Águeda, já sabem que querem ir ao bar A, B ou C”*.

Quanto à parte do comércio tradicional, e falando no exemplo do AgitÁgueda, a Câmara faz com que este *“esteja muito nas ruas e, portanto, que os clientes atravessem e entrem nas lojas”* (OP), mesmo que não comprem no momento *“ficam a conhecer”* (OP) e muitas vêm fazê-lo depois *“após o evento, isto de uma forma mais tranquila”* (OP).

Partindo mais para a parte industrial, e tendo Águeda *“muitas empresas e muitas delas estão muito bem no mercado, nacional e internacionalmente”* (ER1), o entrevistado OP refere que *“não há um retorno ou um benefício tão direto”*, mas que, e dando o exemplo do evento AgitÁgueda, que este *“proporciona-lhes muito e facilita-lhes muito”* as *“entradas em alguns mercados”* quando as empresas pretendem internacionalizar-se. Isto porque, quando por exemplo nas feiras têm uma imagem dos guarda-chuvas tão característicos da cidade, os outros empresários *“acabam por reconhecer essa imagem”* (OP) e ***“acabam por se abrir logo as portas da comunicação”*** (OP) porque se é *“de uma cidade que mostra dinâmica e de uma cidade criativa”* (OP) a pessoa vai ser automaticamente classificada também como *“uma pessoa dinâmica e uma pessoa que tem ideias diferentes”* (OP).

O entrevistado ER1 frisa que **“quem não é visto não é lembrado”**, e **“como vem gente à cidade (...) conseguem ver quais são as empresas que a cidade tem”**, e refere que **“nestes eventos há sempre sítios para as empresas se promoverem e elas aproveitam”** para isso mesmo. Também menciona que tem **“feedback de alguns industriais que realmente têm depois retorno”** (ER1). O entrevistado ER3 realça ainda que **“haver eventos deste género”** é muito importante **“para ajudar as empresas a mostrarem-se”**.

5.2.6. Projeção da Imagem da Cidade

Desde que se começou a dinamizar a Organização de Eventos nesta Cidade, Águeda **“ficou no mapa, que nunca estava, só era conhecida mesmo pelas cheias”** (ER1), **“Águeda andou nas bocas do mundo”** (EH2).

O entrevistado ER2 referiu que **“as entidades responsáveis, nomeadamente a Câmara Municipal de Águeda e a Associação Industrial de Águeda, têm feito uma boa publicidade (...) e mostra-se o que Águeda tem de melhor”**.

A cidade de Águeda **“começou a internacionalizar-se através de empresas”** (EH1) mas recentemente também **“começou a internacionalizar-se mesmo para lazer”** (EH1). Hoje em dia **“há pessoas no mundo inteiro que vêm ver os guarda-chuvas”** (EH1), e já toda a gente reconhece esta imagem, ou outras características de Águeda, e, mesmo em feiras empresariais, **“acabam por se abrir logo as portas da comunicação”** (OP) e as pessoas ficam entusiasmadas e manifestam vontade de visitar, é um processo **“imediato e é muito giro (...) ver isso”** (AR).

O entrevistado EOE2 indica que **“é muito importante (...) haver eventos e eventos grandes para que as pessoas (...) nos queiram visitar”** e que **“associam Águeda a uma determinada festa”** (EOE1). O entrevistado EOE1 dá o exemplo de **“empresas de animação turística que vêm de fora, que vêm pela primeira vez a Águeda, até gostam (...) e depois passaram a criar o destino Águeda todos os anos”**.

A dinamização da Organização de Eventos fez com que a cidade ficasse **“conhecida pela parte positiva, também porque mostra a todos que é uma cidade organizada, informatizada e com áreas de lazer muito bem cuidadas”** (ER1), **“é uma cidade dinâmica, uma cidade colorida”** (OP). Consequentemente, vai se vendo cada vez mais **“várias pessoas”** (ER3) de **“cidades diferentes (...) nos mesmo locais, o que significa que está a ser feito esse trabalho para atrair pessoas para dinamizar as cidades”** (ER3).

5.3. Discussão dos Resultados

Na Discussão dos Resultados vão voltar a ser apresentados os objetivos de cada área que foi analisada, bem como um pressuposto de investigação associada a cada um, para uma mais fácil análise e compreensão dos dados obtidos com a realização das entrevistas e uma resposta mais clara aos mesmo.

De salientar que, com a análise das entrevistas, compreendeu-se que as respostas dos entrevistados não diferiram muito, apresentando opiniões, na maioria das vezes, muito semelhantes. Com isto, apresenta-se uma nuvem de palavras gerada pelo software NVivo das palavras com maior frequência no decorrer das entrevistas (fig.11).

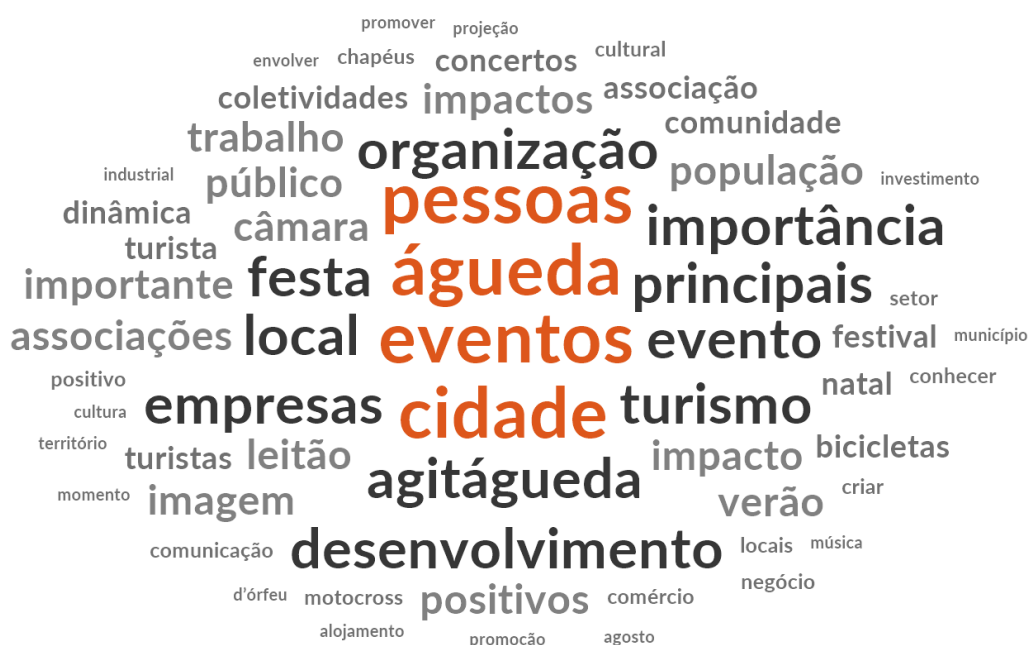


Figura 11 - Nuvem de Palavras

Fonte: Elaboração Própria através do software NVivo

Como é possível verificar, ao longo das entrevistas as palavras com maior frequência foram “pessoas”, “Águeda”, “eventos” e “cidade”. Isto exemplifica o impacto que os eventos têm no Município de Águeda e na comunidade em si.

5.3.1. Importância da Organização de Eventos

Nesta secção pretende-se perceber qual a perceção que existe sobre a Importância da Organização de Eventos nas dimensões: Turismo, Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda (tabela 29).

Como já foi referido anteriormente, demonstrou-se um pouco complexo para os entrevistados falarem das duas primeiras dimensões de um modo mais genérico e apenas aprofundarem a Cidade de Águeda no fim. Com isto, as dimensões Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda vão ser apresentadas, novamente, em conjunto.

Tabela 29 - Área de Estudo: Importância da Organização de Eventos

Área	Objetivo	Dimensões	Pressuposto de Investigação
Importância da Organização de Eventos	Perceber a perceção dos entrevistados sobre a Importância da Organização de Eventos nas 3 dimensões.	Turismo	A Organização de Eventos é considerada importante?
		Desenvolvimento Local	
		Cidade de Águeda	

Fonte: Elaboração Própria

Com a análise dos dados obtidos e apresentados nos pontos anteriores, é possível concluir que a perceção dos entrevistados é que a **Organização de Eventos se revela muito importante para o Turismo, o Desenvolvimento Local e a Cidade de Águeda.**

Turismo

Foi percebido que todos os entrevistados consideram os eventos responsáveis pelo **aumento do fluxo turístico** nos locais onde estes são realizados – ideia apoiada por diversos autores que defendem que o Turismo de Eventos tem sido um dos maiores motivos para o crescimento do turismo local (Blešić et al., 2014; Kostopoulou & Kalogirou, 2011; O’Sullivan & Jackson, 2002) -, pois estes **criam motivação e interesse** para a realização de visitas - indo de encontro ao que os autores Herrero et al. (2006) referem sobre os eventos como ferramentas para tornar os destinos mais atrativos -, tanto de turistas nacionais como estrangeiros, principalmente em regiões que não sejam muito ricas culturalmente.

Este aumento de procura turística levou a que muitos negócios, de diferentes áreas, também se tenham adaptado para conseguirem dar uma melhor resposta a esta procura que tem vindo a aumentar de ano para ano.

Mais relativamente ao Turismo em Águeda, também se verificou que a Organização de Eventos tem tido resultados muito positivos, porque, com informações de estudos realizados pela Câmara Municipal de Águeda que foram referidas na entrevista, existem muitas pessoas que visitam

Águeda mais que uma vez e consecutivamente e, quem visita pela primeira vez, tem vontade de voltar e tomou conhecimento da Região por outras pessoas, o que significa que existe uma publicidade de “boca a boca” bastante positiva e eficaz.

Também foi possível perceber que a Organização de Eventos também pode ser utilizada para **combater a sazonalidade da atividade turística**, criando interesse e dando um propósito às pessoas para se deslocarem e visitarem os destinos mesmo em época baixa.

Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda

Para o Desenvolvimento Local e para a Cidade de Águeda, todos os entrevistados também partilham da percepção que a Organização de Eventos apresenta uma elevada importância para estas dimensões.

Esta percepção justifica-se pelo peso que a Organização de Eventos tem demonstrado na dinamização da economia local da Região. O objetivo principal, quando existe alguma iniciativa que chame pessoas a um local, é que exista uma **retenção de capital gasto** e que o investimento feito para a realização de tal iniciativa tenha um **retorno maior** que o mesmo.

Com a análise das entrevistas, conseguiu-se perceber que existe essa retenção de capital gasto e que **todo o comércio beneficia** dessa retenção e mostra-se entusiasmado com a realização dos eventos, pois ao longo dos anos foi se adaptando, em termos de horários de funcionamento e decoração, apareceram mais lojas, mais empresas, entre outros. Este fenómeno é apoiado pelos autores Herrero et al. (2006) que defendem que os eventos são fatores de desenvolvimento económico.

Outra questão que foi concluída através das entrevistas, e que comprova o que o autor Getz (2008) indica sobre o importante papel que os eventos têm em áreas não diretamente ligadas ao turismo, tal como a renovação urbana, é que a Organização de Eventos também leva a que haja um **desenvolvimento da estrutura da cidade** de forma que esta esteja melhor preparada para a realização dos eventos e para uma melhor receção dos visitantes sem pôr em risco a normalidade da vida dos residentes.

Uma das razões para os entrevistados também partilharem da opinião que a Organização de Eventos tem uma elevada importância para o Desenvolvimento Local e para a Cidade de Águeda é o facto de esta **trazer investimentos**, diretos e indiretos, para a região, provenientes do Turismo

que, por sua vez, com a realização de eventos aumenta. O aumento do fluxo turístico provenientes da Organização de Eventos também faz com que mais pessoas queiram vir trabalhar para a Região, depois de a visitarem.

Uma conclusão importante sobre a importância da Organização de Eventos nestas dimensões foi que a cidade apenas se começou a **desenvolver, diversificar e apostar no que tem de melhor e diferente** após o início da realização de eventos.

A Organização de Eventos apresenta um peso grande para o **bom ambiente da cidade e da Comunidade**, pois tanto a cidade como a população se envolvem de uma forma muito positiva na organização e realização de eventos e, também podendo explicar o gosto dos visitantes em visitar e voltarem a querer visitar, a cidade, na altura dos eventos, transforma-se e existem bastantes atratividades e diversão que despoletam o interesse dos visitantes e mesmo da população local. Verifica-se então o que os autores Herrero et al. (2006) afirmam sobre os eventos melhorarem a imagem do local e da comunidade local.

Contudo, foi também percebido que, mesmo havendo um ótimo trabalho pelas entidades de maior peso na Organização de Eventos, é necessário haver uma melhor comunicação entre todas as entidades ligadas ao Turismo e aos Eventos, tanto de menor dimensão como de maior dimensão, de forma a se conseguirem realizar mais eventos, todos saberem quando, como e onde serão realizados estes eventos e não haver sobreposição de atividades que se possam anular umas às outras.

5.3.2. Impactos da Organização de Eventos

Nesta secção pretende-se identificar os principais impactos positivos e negativos que são mais perceptíveis da Organização de Eventos nas 3 dimensões (tabela 30).

Tabela 30 - Área de Estudo: Impactos percebidos/sentidos

Área	Objetivo	Dimensão	Pressuposto de Investigação
Impactos percebidos/sentidos	Identificar os impactos positivos e negativos mais perceptíveis para os entrevistados da Organização de Eventos nas 3 dimensões.	Turismo	Quais são os impactos positivos e negativos da Organização de Eventos que são sentidos?
		Desenvolvimento	
		Local	
		Cidade de Águeda	

Fonte: Elaboração Própria

Para uma melhor compreensão vão ser discutidos primeiro os Impactos Positivos e depois os Impactos Negativos.

Impactos Positivos

Na tabela 31 são apresentados os principais impactos positivos percebidos pelos entrevistados:

Tabela 31 - Principais Impactos Positivos: Turismo

Dimensões	Impactos Positivos
Turismo	Aumento da afluência turística; Promoção do destino; Atrair pessoas; Lealdade;

Fonte: Elaboração Própria

Todos os entrevistados referiram que desde o início da Organização de Eventos tem havido um **aumento no número de visitantes** que têm vindo ao Município, o que reflete que os eventos têm um peso importante no fluxo turístico de uma localidade.

A Organização de Eventos também se demonstrou bastante importante para a **promoção do local** onde estes são realizados como um destino, através da promoção e marketing envolvidos nesta atividade, o que leva a que seja possível atrair mais pessoas e até chegar aquelas que de outra maneira seria impossível chegar.

O sucesso da Organização de Eventos pode se verificar no **aumento da lealdade dos visitantes**, quando estes querem voltar nos anos seguintes, passam a boa imagem da localidade e levam pessoas que nunca tinham visitado o local a fazê-lo. Ou seja, a Organização de Eventos é uma ferramenta de extrema importância para haver um bom **desenvolvimento do Turismo** em si e, com a análise das entrevistas, foi possível concluir que, para o Turismo da Região, a Organização de Eventos despoleta esse desenvolvimento.

Na seguinte tabela 32 estão identificados os principais impactos positivos percebidos pelos entrevistados nas dimensões Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda:

Tabela 32 - Principais Impactos Positivos: Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda

Dimensões	Impactos Positivos
Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda	Reconhecimento da região como destino turístico; Dinamização da economia local; Criação de emprego; Aumento do conhecimento do potencial de investimento e atividade comercial na região; Melhoramento das Acessibilidades e Infraestruturas; Fixação de pessoas na região; Aumento do orgulho local e espírito de comunidade; Aumento da participação e interesse local na participação nos eventos.

Fonte: Elaboração Própria

Como é possível verificar na tabela, a Organização de Eventos foi responsável pelo **reconhecimento do Município de Águeda como destino turístico** pois, ao se realizar a promoção e divulgação dos eventos realizados na mesma, a imagem da cidade também estava a ser promovida e a ser associada a um destino turístico.

Através da Organização de Eventos também existe uma **dinamização da economia local**, devido a este tipo de iniciativas levar a que haja uma dinamização do comércio local e do comércio tradicional. A organização e realização de um evento numa certa localidade, mexe com empresas de diversos setores, desde o fornecimento dos bens consumíveis (bebidas, comidas, etc.), da parte material de palco, luzes, sistemas de som, entre outros, comércios locais de pequenas dimensões, até aos serviços públicos que são necessários para o bom funcionamento de um evento e para garantir certos aspetos que os visitantes querem usufruir e ter ligados ao local.

Muitos negócios, de diferentes áreas, também cresceram devido ao sucesso da Organização de Eventos em Águeda, que trouxe **investimento ao Município**. Isto também leva a que a **criação de emprego** seja um dos principais impactos positivos percebidos pelos entrevistados. Contudo, mesmo sendo positivo também, o emprego sazonal está muito presente nesta região.

A Organização de Eventos também trouxe **investimento para melhorar as acessibilidades** da Região que, até recentemente, não eram muito tidas em boas condições, tornando o acesso a Águeda difícil e complexo. Também se verifica um **investimento e melhoramento das Infraestruturas** desde o início da Organização de Eventos, mas sobretudo nos últimos anos.

A **fixação de pessoas** na Região também foi bastante identificada por quase todos os entrevistados, o que leva a concluir que a Organização de Eventos em Águeda despoleta interesse na localidade, nas pessoas que visitam os eventos e, conhecendo a localidade, muitas decidem ir morar para Águeda. Esta fixação também vem da parte dos estudantes da Universidade de Aveiro que, depois de terminarem os seus estudos, decidem ficar a trabalhar e a morar na cidade.

Demonstra-se também que o **aumento do sentimento de orgulho local e espírito de comunidade, do sentimento de pertença, da coesão territorial e do aumento da participação dos locais** nos eventos e atividades ligadas aos mesmos que se tem sentido nos últimos anos, vem da Organização de Eventos em Águeda, consequência da comunicação entre as entidades responsáveis e a comunidade e o ambiente alegre, dinâmico e feliz que se sente na época dos eventos.

Impactos Negativos

Como os impactos negativos identificados foram reduzidos, estes não serão apresentados por dimensões. Na tabela 33 estão identificados os impactos negativos percebidos pelos entrevistados quanto à Organização de Eventos:

Tabela 33 - Principais Impactos Negativos

Dimensões	Impactos Negativos
Turismo, Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda	Constrangimento no tráfego; <i>Overcrowding</i> ; Ruído; Conflitos e faltas de civismo; Sujidade; Perturbação da normalidade da população local; Desgaste da localidade; Perda de clientes para outros negócios;

Fonte: Elaboração Própria

Quanto aos impactos negativos, demonstra-se que, em geral, a Organização de Eventos em Águeda não produz impactos negativos que sejam muito significativos. Os impactos negativos identificados pelos entrevistados foram tidos como possíveis impactos ou como impactos de pequena dimensão que não demonstram importância na Organização de Eventos em Águeda.

A Organização de Eventos pode levar a que haja **mais trânsito**, devido à afluência de pessoas na localidade ser maior, que haja uma maior dificuldade de arranjar estacionamento, por exemplo, a que os transportes públicos estejam cheios, entre outros, o que leva a que haja um constrangimento do tráfego na localidade.

Esta maior afluência de pessoas pode levar a que haja **maior número de pessoas em certos locais**, ou mesmo nas ruas, e, juntamente com o **ruído** proveniente dos eventos, da **sujidade** que surge dos mesmos e dos **conflitos e falta de civismo** que às vezes acontecem, muitas das vezes relacionados com bebidas alcoólicas, todos estes impactos fazem com que possa haver uma **perturbação da normalidade da população local** e esta não ser bem aceite por parte da mesma. A utilização dos espaços físicos da localidade, juntamente com a sujidade acima referida, pode levar a que haja um **desgaste do local**.

O último impacto negativo que foi identificado, sendo este o que acontece com mais frequência, contudo o retorno que se obtém dos eventos compensa, é o facto de, da mesma forma que se consegue ganhar novos **clientes** nestes eventos, também é possível **perdê-los**, consequência da maior promoção e divulgação por partes de outros negócios e estabelecimentos.

Tendo em conta a classificação dos impactos apresentada na Revisão da Literatura, verifica-se que, em geral, a maioria dos impactos positivos identificados na literatura foram indicados pelos entrevistados (tabela 34).

Tabela 34 - Impactos Positivos identificados na Literatura que foram indicados

Tipo de Impacto	Impactos Positivos Indicados
<u>Económico</u>	Aumento das receitas; Criação de emprego; Aumento do rendimento.
<u>Turístico/Comercial</u>	Aumento da consciencialização da região como um destino turístico; Aumento do conhecimento do potencial de investimento e atividade comercial na região.
<u>Físico</u>	Construção de novas instalações; Melhoramento de infraestruturas já existentes.
<u>Sociocultural</u>	Aumento do nível permanente de interesse local e participação no tipo de atividade associada ao evento;
<u>Psicológico</u>	Aumento do orgulho local e espírito de comunidade; Aumento da consciencialização da perceção de pessoas não-locais
<u>Político</u>	Melhoramento/Reforço do reconhecimento internacional da região e dos seus valores;

Fonte: Elaboração Própria

Por outro lado, a maioria dos entrevistados considerou que a Organização de Eventos **não tem impactos negativos**, pelo que, tendo em conta os identificados na literatura, foram apenas indicados impactos negativos de 3 dimensões (tabela 35).

Tabela 35 - Impactos Negativos identificados na Literatura que foram indicados

Tipo de Impacto	Impactos Positivos Indicados
<u>Turístico/Comercial</u>	Reações negativas por empresas já existentes devido à possibilidade do aparecimento de novos concorrentes (em termos de poder local e assistência governamental).
<u>Físico</u>	Dano ambiental; <i>Overcrowding</i> .
<u>Psicológico</u>	Elevada possibilidade de mal-entendidos levando a uma variedade de graus de hostilidade entre visitante/ anfitrião.

Fonte: Elaboração Própria

5.3.3. Envolvimento da Comunidade

Nesta secção procura-se perceber a opinião dos entrevistados sobre a importância do Envolvimento da Comunidade em 3 dimensões: População Residente, Coletividades inseridas no Território e Empresas e Organizações do Setor Público (tabela 36).

Tabela 36 - Área de Estudo: Envolvimento da Comunidade

Áreas	Objetivo	Dimensões	Pressuposto de Investigação
Envolvimento da Comunidade	Analisar a opinião dos entrevistados sobre a importância do envolvimento da comunidade na Organização de Eventos nas 3 dimensões.	População Residente	De que forma é que o Envolvimento da Comunidade na Organização de Eventos é importante?
		Coletividades inseridas no território	
		Empresas e Organizações do Setor Público	

Fonte: Elaboração Própria

População Residente

Com a análise dos dados recolhidos, foi possível perceber que **a Organização de Eventos foi responsável pela inclusão da População Residente nestas atividades**, através da criação de eventos que fossem acessíveis e criados a pensar especialmente nos locais e não apenas nos visitantes. Esta inclusão resultou no **envolvimento e colaboração** de todos nestas atividades, e no trabalho de equipa realizado.

Apesar dos eventos realizados em Águeda serem, em geral, mais direcionados para os grupos de faixas etárias mais jovens, existe uma preocupação e tentativa de **maior inclusão dos grupos de faixas etárias maiores**.

Verificou-se que a Organização de Eventos conseguiu **mudar a mentalidade** de alguns locais, que antes se demonstravam pouco interessados e motivados para participarem e colaboraram em tudo o que estava envolvido com este tipo de atividades, e, hoje em dia, todas as pessoas já se preocupam com o sucesso dos eventos e em garantir que tudo está na sua melhor condição, não permitindo aos visitantes estragar o que a cidade tem de melhor.

Esta inclusão e envolvimento, consequentes da Organização de Eventos, fez com que a População Residente assumisse um **compromisso com a cidade e com as iniciativas**, bem como ter ganho **orgulho e amor pelo seu Município**.

Tal como os autores Devesa et al. (2012) frisam a importância que os eventos têm no local e na comunidade onde são realizados, por gerarem impactos e repercussões na sua comunidade, é possível concluir que em Águeda esta importância também existe e que tem vindo a representar melhorias na inclusão e participação da População Residente na Organização de Eventos.

Coletividades inseridas no Território

Para esta dimensão, a Organização de Eventos em Águeda demonstrou-se de extrema importância. Isto demonstrou-se, porque, com a análise das entrevistas, verificou-se que a maioria dos eventos, especialmente o AgitÁgueda, **oferece às Associações da Região lugares nos eventos onde estas podem promover-se, dar-se a conhecer e angariar fundos** que, geralmente, são de quantidades monetárias superiores ao que estas recebem ao longo do ano em apoios e subsídios. Nestes eventos, a população também está sempre disposta a ajudar estas coletividades e os visitantes passam a conhecer e a apoiar.

De uma outra perspetiva, também se pode usar a Organização de Eventos para **ajudar a promover e ajudar estas coletividades**, usufruindo de espaços ou pessoas que pertençam a estas coletividades, mas que não têm os conhecimentos para o fazer.

Empresas e Organizações do Setor Público

Quanto às Empresas e Organizações do Setor Público, quando um evento é organizado em Águeda, os fornecedores de todos os elementos necessários são procurados em Águeda, ou seja, o objetivo é que **todos os intervenientes nos eventos sejam entidades aguedenses**.

Os eventos do mesmo género do AgitÁgueda, da mesma forma que dão oportunidades às Coletividades, também **dão oportunidade às entidades de terem um local no evento onde se podem promover e vender os seus produtos**. A diferença para estas entidades é que, enquanto para as Coletividades este local é gratuito, estas têm de pagar um valor para poderem usufruir daquele espaço. Contudo, para garantir que todos tenham a mesma oportunidade, é realizado um concurso para se escolher quais são as entidades que estarão presentes no evento em cada ano.

A Organização de Eventos também **envolve o comércio tradicional**, pois faz com que este esteja muito presente nas ruas de Águeda, e os visitantes acabam por entrar nas lojas e comprar os seus produtos.

Quanto às **empresas da parte mais industrial**, a Organização de Eventos, sendo de uma maneira mais indireta, também se revela importante pois, como Águeda já é conhecida internacionalmente muito pelos eventos que realiza, estas têm uma **maior facilidade em entrar em certos mercados devido ao reconhecimento de certas características da Região** (guarda-chuvas, bicicletas, entre outros) que desperta entusiasmo nas outras pessoas.

5.3.4. Projeção da Imagem da Cidade

Nesta secção tenciona-se averiguar a importância que a Organização de Eventos tem na Projeção da Imagem da Cidade de Águeda (tabela 37):

Tabela 37 - Área de Estudo: Projeção da Imagem da Cidade

Áreas	Objetivo	Dimensões	Pressuposto de Investigação
Projeção da Imagem da Cidade	Averiguar as implicações e/ou a importância que os entrevistados acham que a Organização de Eventos tem na projeção da imagem da cidade.	Cidade de Águeda	Como é que a Organização de Eventos influencia a Imagem da Cidade?

Fonte: Elaboração Própria

A Organização de Eventos é o **principal motivo pela qual Águeda é reconhecida a nível nacional e internacional**. Foi através do início da realização de eventos que Águeda passou a ser conhecida como um destino turístico, como uma cidade dinâmica, colorida, organizada, limpa, informatizada e bem cuidada e como um local bom para se viver.

Antigamente Águeda era apenas conhecida pelas cheias que, quase todos os anos, sofre. Hoje em dia, Águeda já é associada a uma ótima região e a eventos conhecidos internacionalmente e tidos em ótima consideração. Tanto para a parte de lazer como para a parte industrial, a Organização de Eventos revelou-se uma ótima **ferramenta para a promoção e publicidade do território** e do que este tem de melhor.

5.4. Características dos eventos no Município de Águeda

Quanto às características gerais, a entrevista tinha como objetivos (tabela 38):

Tabela 38 - Área de Estudo: Características Gerais

Área	Objetivos
Características Gerais	Identificar os principais eventos organizados na Cidade de Águeda; Identificar os principais agentes promotores na Organização de Eventos em Águeda; Identificar as principais tipologias de eventos que se realizam em Águeda; Identificar os períodos onde se verifica uma maior concentração na realização de eventos; Identificar, se existir, o perfil/perfis dos visitantes/participantes nos eventos organizados em Águeda.

Fonte: Elaboração Própria

Com a análise das entrevistas, os **4 principais eventos** que se realizam em Águeda são: o AgitÁgueda; a Festa do Leitão, que infelizmente tem vindo a perder dimensão ao longo dos anos; a Vila Natal, também conhecida por ter o Maior Pai Natal da Europa; e o Motocross.

Contudo, foram identificados mais alguns eventos que, mesmo não tendo as dimensões dos anteriores, também são de destacar, que são: os eventos organizados pela Associação Recreativa D'Órfeu, Festival i, Festim, Festival O Gesto Orelhudo e Outonalidades; o Rally; os eventos de BTT; os eventos organizados no Centro de Artes de Águeda; e, mais recentes, as Caminhadas Temáticas.

Como **principais Agentes Promotores**, foram identificados: a Câmara Municipal de Águeda, incluindo entidades que pertencem à mesma, como o Centro de Artes de Águeda (CAA), sendo referido por praticamente todos os entrevistados que esta tem feito um excelente trabalho; a Associação Comercial de Águeda (ACOAG); e a D'Órfeu.

Quanto às **principais Tipologias** dos eventos realizados em Águeda, existiram respostas um pouco mais diversificadas. Na tabela 39, estão identificadas as tipologias que foram indicadas pelos entrevistados e quantas vezes foram mencionadas:

Tabela 39 - Tipologias Identificadas Entrevistados

Tipologias Identificadas	Número de menções
Musical	5
Cultural	4
Desportiva	4
Gastronomia	2
Teatro	1
Dança	1
Entretenimento e Animação	1
Arte Urbana	1
Lazer	1

Fonte: Elaboração Própria

Quando questionados sobre os **períodos de maior concentração** na realização de eventos, estes identificaram o **Verão** como o principal, especificando os meses de julho e início de agosto, seguido da **Primavera** e, começando nos últimos anos, até à **altura do Natal**.

Esta questão fez com que se percebesse, também pela partilha de opinião dos entrevistados, que mesmo já havendo uma melhor distribuição dos eventos pelo ano inteiro, é necessário haver mais trabalho nesse aspeto, visto que continua a haver longos períodos de tempo onde não se realizam eventos de dimensão e impacto considerável, sendo que a Região de Águeda cada vez tem mais potencial para o fazer.

Em relação ao **perfil dos visitantes**, a maioria dos entrevistados referiram que este é bastante **diversificado**, dependendo muito do evento em questão ou até dos diferentes dias do evento.

5.5. Conclusão

Apresentados os resultados obtidos, foi possível alcançar os objetivos específicos e concluir que a opinião dos entrevistados era bastante semelhante. **Todos os entrevistados consideram a Organização de Eventos importante para as 3 dimensões**, tendo falado quase sempre das dimensões Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda em simultâneo.

Para o Turismo, a Organização de Eventos é vista como o **principal motivador do aumento do fluxo turístico**, tanto nacional como internacional, **e da criação de motivação e interesse** e como uma **ferramenta para combater a sazonalidade da atividade turística**.

Quanto ao Desenvolvimento Local e da Cidade de Águeda, verificou-se que existe uma **retenção do capital e retorno do investimento** feito na Organização de Eventos, o que faz com que exista uma **dinamização da economia local** que beneficia todo o comércio. A **estrutura da cidade** também se **desenvolve**, há mais **investimento** no Município e é notável um **bom ambiente na cidade e na Comunidade**. Uma conclusão bastante pertinente que foi retirada da discussão dos resultados, foi que Águeda apenas se começou a **desenvolver, diversificar e apostar** no que já tinha após o início da Organização de Eventos no Município.

Os entrevistados também indicaram diversos **impactos positivos**, nas 3 dimensões. Os principais impactos sentidos na dimensão **Turismo** foram: **aumento do número de visitantes; promoção do local como destino turístico; aumento da lealdade dos visitantes; e desenvolvimento do setor Turismo**.

Nas dimensões **Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda** os impactos positivos sentidos foram: **reconhecimento do Município de Águeda como destino turístico; dinamização da economia local; investimento no Município; criação de emprego; melhoramento das acessibilidades e das infraestruturas; fixação de pessoas; aumento do sentimento de orgulho local, pertença, espírito de comunidade, coesão territorial e participação dos locais**.

Quanto aos **impactos negativos**, a maioria referiu que, para a Cidade de Águeda e/ou para o seu negócio, **não conseguiram identificar nenhum**. Contudo, e pensando de uma forma mais global, identificaram alguns que possam ocorrer, frisando sempre que **os impactos positivos acabam sempre por se sobrepor a qualquer um negativo** que possa ocorrer, sendo os principais: **mais trânsito; maior número de pessoas; mais ruído; sujidade; conflitos e falta de civismo; perturbação da normalidade da população local; desgaste do local; perder clientes**.

Quando questionados sobre o **Envolvimento da Comunidade**, os entrevistados referiram que existe um **maior envolvimento e colaboração da População Residente na Organização de Eventos**, consequência do trabalho feito pela Câmara, pelas entidades responsáveis e pela Comunidade em si, e que estas atividades conseguiram **mudar a mentalidade** de alguns locais que, inicialmente, não eram a favor da Organização de Eventos. Mesmo ainda havendo uma maior participação da população mais jovem, vê-se uma preocupação e tentativa de **inclusão dos grupos de faixas etárias maiores**. A Organização de Eventos também apresenta um papel importante na **ajuda e promoção das Coletividades Inseridas no Território**, oferecendo-lhes a oportunidade para se promoverem nos eventos de forma gratuita. As **Empresas e Organizações do Setor Público** também estão muito

envolvidas na Organização de Eventos, pois existe o objetivo que **todos os intervenientes nos eventos sejam entidades aguedenses**.

Quanto à **Projeção da Imagem da Cidade**, a maioria dos entrevistados referiu que a Organização de Eventos fez com que **Águeda**, não apenas a cidade, mas o Município em si, **fica-se conhecida a nível internacional**, trazendo benefícios não só turísticos, mas também a nível empresarial, mostrando ser uma **ferramenta de promoção e publicidade do território**.

Capítulo 6 – Síntese e Conclusões

6.1. Principais Conclusões

O presente capítulo desta investigação pretende apresentar as principais conclusões retiradas da análise empírica e do enquadramento teórico realizado no início do estudo, respondendo à Questão de Investigação e às perguntas de investigação associadas aos objetivos específicos das entrevistas.

Foi possível atingir o objetivo central, bem como alcançar todos os objetivos específicos delineados, de forma eficaz de maneira a se conseguir responder à Questão de Investigação de uma forma correta.

A temática **Turismo de Eventos** tem **ganho cada vez mais reconhecimento ao longo dos anos e demonstrado a sua importância e relevância como área de estudo independente**. Não sendo ainda uma área tão estudada, comparando a outras, já se começam a realizar estudos pertinentes sobre esta e sobre o impacto que os eventos têm em diversas áreas, além do Turismo.

Já existe uma vasta literatura sobre a Importância e Influência do Turismo para o Desenvolvimento Local e, atualmente, já começa a haver literatura pertinente e que explica como é que o Turismo de Eventos pode ser utilizado para enaltecer uma Região como destino turístico e para o desenvolvimento económico, cultural, entre outras, a nível local.

Tendo em conta a literatura existente, há **diversas classificações de eventos e diversas tipologias** que podem ser utilizadas numa investigação nesta temática. Não há acordo total entre os vários autores e investigadores, que trabalham esta temática, em relação a variadas definições e assuntos referentes ao Turismo de Eventos. Contudo, os **impactos**, tanto negativos como positivos, são as questões onde existem mais autores e investigadores a concordarem e a apontarem os mesmos ou muito semelhantes, geralmente dividindo-os nas dimensões: **económica; turística/comercial; sociocultural; psicológica; e política**.

Com a análise teórica, conclui-se que **os Eventos trazem inúmeros benefícios a vários setores da Economia e que devem ser utilizados como ferramentas para o desenvolvimento económico e local, tanto da localidade onde estão a ser realizados como do país em si**. Para além da parte económica, os eventos **beneficiam a cultura, o desporto, os negócios e a comunidade do território onde estão inseridos**.

Todavia, e já estando a surgir cada vez mais estudos nesta temática, na maioria das vezes os estudos e investigações dos Eventos e do Turismo de Eventos têm com objetivo analisar apenas a parte económica e/ou pela perspetiva dos visitantes. Ainda existe uma falta de estudos e investigações que tenham em consideração a parte social, psicológica e ambiental e também a perspetiva e perceções da comunidade pertencente ao território onde o evento está a ser realizado.

A presente investigação permitiu concluir que a Organização de Eventos, e indo ao encontro do apurado na revisão da literatura, é importante para o Turismo, Desenvolvimento Local e Cidade de Águeda.

Todos os entrevistados referiram que **foi através da Organização de Eventos que a cidade começou a ganhar uma afluência turística elevada**, não só visitantes nacionais, mas também estrangeiros, que tem vindo a crescer de ano para ano. Este aumento e o facto de virem visitantes de todo o mundo, levou a que muitos negócios se adaptassem para dar uma melhor resposta a esta procura.

Suportando a literatura, verificou-se que a Organização de Eventos em Águeda **tem um papel importante na dinamização económica da região** e que **existe retenção de capital na mesma**, o que **leva a um melhoramento da vida da Comunidade e que haja investimento na Região**.

A Organização de Eventos, criando uma maior dinâmica, pode tornar um local mais atrativo para as pessoas ponderarem em habitar e/ou fixar-se no mesmo. Com a investigação realizada, comprovou-se que os entrevistados partilham da mesma opinião e que estes fenómenos têm vindo a ser notados em Águeda ao longo dos anos, não só no centro, mas no Município no seu global.

A Organização de Eventos, além de beneficiar o turismo, pode ajudar a que haja um desenvolvimento e diversificação da localidade. Foi apurado que isto também se verifica em Águeda, salientando que **este desenvolvimento começou a ser realizado de uma forma mais concreta a partir do momento em que se começaram a realizar os primeiros eventos na cidade**.

Na Revisão da Literatura foram identificados vários impactos, tanto positivos como negativos, que os Eventos podem ter tanto para a localidade como para a comunidade desta. Em relação aos impactos positivos, **foram identificados diversos impactos que são sentidos com a Organização de Eventos em Águeda**.

Para o Turismo, existe um aumento da afluência turística, como já foi referido anteriormente, pois os eventos conseguiram **criar interesse e motivações para a visita à região, o que acaba por promover o destino como um destino turístico e cria lealdade das pessoas**, pois muitas que visitam

Águeda, e de acordo com um estudo apresentado, são várias as pessoas que visitam Águeda mais que uma vez e as que vêm pela primeira vez querem voltar.

Para o Desenvolvimento Local e para a Cidade de Águeda, foi apurado que a Organização de Eventos criou um **reconhecimento da região a nível internacional**. A realização de eventos também permitiu que, com a **dinamização da economia local** também impacto desta, **exista um aumento de investimento da região, bem como o seu reconhecimento de potencial a nível empresarial e de comércio**, o que leva a que se criem novas empresas ou que as existentes se expandam e, conseqüentemente, a **criação de mais emprego**. Esta dinamização económica local também **permite que exista um melhoramento e aproveitamento das acessibilidades e infraestruturas já existentes no local**. Os Eventos também são responsáveis pelo **aumento do sentimento de orgulho local, espírito de comunidade e sentimento de pertença que a comunidade aguedense tem vindo a sentir ao longo dos anos, bem como o aumento da sua participação e interesse** na Organização de Eventos.

Porém, tanto o Turismo como a Organização de Eventos não geram apenas impactos positivos. Foi referido na Revisão da Literatura que muitas vezes nos estudos e investigações realizadas nestas áreas, os impactos negativos são ocultados ou desconsiderados para se mostrar apenas o lado positivo dos eventos. Contudo, e para uma melhor estratégia, é importante ter em consideração também os impactos negativos que são inevitáveis ou que podem ocorrer.

Foi concluído que em Águeda, e tendo em conta a opinião dos entrevistados, **os impactos negativos que resultam da Organização de Eventos não são significativos o suficiente para que estes se sobreponham aos impactos positivos**, pois estes são impactos que inevitavelmente vão acontecer, mas que se conseguem contornar ou suportar facilmente. É **expectável que exista um constrangimento do tráfego, devido a *overcrowding***, tanto em espaços rodoviários como penais, que **exista ruído** que em outras épocas sem eventos não existiria, **sujidade nas ruas**, devido à concentração de pessoas e **algumas faltas de civismo e conflitos** que possa haver, **perturbação da normalidade da vida da população local, desgaste da localidade** e, não tão verificado, **alguma perda de clientes para outros negócios**.

De salientar que a pandemia proveniente do Covid-19 trouxe uma quebra abrupta tanto para o Turismo como para o Turismo de Eventos. Vários setores sofreram conseqüências muito negativas, sendo que o Turismo e a Organização de Eventos foram os mais afetados e os que ficaram mais na incógnita do que iria acontecer no futuro. Algo referido ao longo da análise empírica, foi que não haver Turismo e não haver Eventos tinha tido um impacto enorme e muito negativo em todos os

setores e na vida das pessoas, não só a nível económico como a nível social, psicológico e de ambiente social.

Como foi apurado na revisão da literatura realizada, um evento é uma boa ferramenta para que haja um bom Envolvimento da Comunidade neste tipo de atividades, tendo consequências positivas para todas as partes.

Foi concluído que a Organização de Eventos em Águeda trabalha muito positivamente nesse sentido. A Organização de Eventos demonstra ter um **Envolvimento da Comunidade bastante importante** pois, não só **há eventos pensados e criados para a comunidade residente**, como são impostas medidas nos eventos de forma que toda a gente possa participar nos mesmos.

Além disso, o normal em Águeda é que **as necessidades para a realização de um evento sejam respondidas por entidades pertencentes à região**, tanto empresas como associações. Adicionalmente, em vários eventos principais que são realizados na região, é **dada a oportunidade às coletividades inseridas no território de angariarem fundos ao participarem nos mesmos, de forma gratuita**, de modo que estas possam apresentar a sua causa e os seus produtos de maneira que, possivelmente, não teriam sem a realização dos mesmos. Oportunidades parecidas são também dadas a estabelecimentos da Restauração e Similares, permitindo-lhes **angariar clientes**, não só para essa época, mas para o resto do ano.

A Organização de Eventos em Águeda também demonstrou ter um grande impacto na parte industrial pois, ao ser a região já reconhecida a nível internacional e ter uma boa reputação, isto **facilita a entrada de variadas empresas em novos mercados**.

A Projeção da Imagem de um destino pode ser trabalhada através da Organização de Eventos. A forma como um evento é organizado e realizado pode ser refletido na projeção da imagem que este destino irá passar a ter. Ou seja, se um evento for organizado e realizado corretamente, eficazmente e motivando interesse e gosto, o destino passará a ter uma boa imagem, as pessoas passarão a querer visitar e conhecer. Também a nível industrial podem ser sentidas consequências, positivas ou negativas, pois as empresas do destino podem ser associadas à reputação do evento.

Foi percebido que a **Organização de Eventos em Águeda apresenta uma influência de grande dimensão na Projeção da Imagem da Cidade**. A nível industrial Águeda já era reconhecida pela área de negócio das bicicletas e motorizadas, mas não como um destino turístico. Hoje em dia a região é **conhecida a nível internacional, não só como um destino turístico, mas como uma região dinâmica, divertida, bonita e interessante**. Tanto a nível turístico como a nível industrial, a imagem

de Águeda beneficiou bastante com a Organização de Eventos, revelando-se esta uma ferramenta para a promoção do território a vários níveis.

Foi também apurado que, com a diversidade de eventos realizados em Águeda, não é possível identificar um único perfil de visitante/participante pois cada evento atrai um tipo de visitante ou até vários ao mesmo tempo.

No entanto, foi constatado que, já existindo alguma distribuição na realização de eventos pelo ano, ainda se verifica uma concentração muito grande no fim da Primavera e início de Verão que, por sua vez, já são épocas altas em termos de Turismo, sendo necessário haver uma melhor distribuição dos eventos pelo resto do ano de forma a se combater a sazonalidade do Turismo.

Respondendo então à **Questão de Investigação**: a perceção dos stakeholders aguedenses é que **a Organização de Eventos desempenha um papel muito importante, tanto para o Turismo como para o Desenvolvimento Local, e, não só traz benefícios para a cidade de Águeda, como beneficia o Município inteiro.**

6.2. Limitações

O presente projeto foi pensado e planeado de forma que houvesse o mínimo de limitações possíveis para se conseguir realizar uma investigação representativa da realidade e o mais correta possível. Contudo, qualquer investigação apresenta as suas limitações, não descurando o seu conteúdo.

Uma das limitações desta investigação recai na análise de dados ser apenas qualitativa e não ter um suporte de uma análise quantitativa para se conseguir obter resultados objetivos, irrefutáveis e não dependentes de características pessoais dos indivíduos selecionados.

Uma segunda limitação deste estudo é a diversidade de entrevistados. Para uma melhor representatividade da comunidade no seu total, poderia haver uma maior representatividade de diversos setores e áreas de negócios.

Tendo sido a análise empírica realizada em tempo de pandemia, algumas entrevistas foram realizadas via online, o que pode levar a que certas respostas e/ou perguntas não sejam bem entendidas.

6.3. Contributos

Esta investigação apresenta como principal contributo a comprovação que a Organização de Eventos apresenta um papel importante para o desenvolvimento de uma localidade, bem como do Turismo, e que tem impactos bastante positivos na Comunidade, a nível social, ambiental e económico.

Um outro contributo da presente investigação, recai na possibilidade de utilização da mesma para as entidades responsáveis perceberem onde pode haver melhorias a fazer e perceberem a perspetiva da sua Comunidade e como esta se sente com a Organização de Eventos da localidade.

Também se retira com contributo da presente investigação, uma comprovação que, quando existe uma boa Organização de Eventos, a comunidade do local onde estes são realizados tem uma opinião positiva sobre a mesma.

6.4. Propostas de Investigação Futura

De seguida serão apresentadas algumas propostas e recomendações para investigações futuras que possam ser pertinentes. Para isso, apresentam-se algumas características que possam ser utilizadas em investigações sobre a Organização de Eventos em Águeda.

Para se alcançar conclusões fortemente suportadas, é de interesse realizar-se uma análise qualitativa, em primeira instância, ligando-se com uma análise quantitativa realizada posteriormente.

A inclusão de um número relativamente grande de indivíduos seria de bastante interesse, pois conseguir-se-ia alcançar uma maior representatividade da comunidade aguedense e, conseqüentemente, conclusões mais reais.

Fazer uma análise do mesmo género a outros tipos de territórios com características semelhantes a Águeda também seria benéfico para a temática e para se conseguir perceber quais as melhores estratégias a adotar aquando da realização de um evento. E, por último, seria interessante olhar para um evento específico ou para uma temática de eventos específica.

Referências Bibliográficas

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Argent, N. (2002). From pillar to post? In search of the post-productivist countryside in Australia. *Australian Geographer*, 33(1), 97–114. <https://doi.org/10.1080/00049180220125033>
- Blešić, I., Pivac, T., Đorđević, J., Stamenković, I., & Janičević, S. (2014). Cultural events as part of cultural tourism development. Case study: Sombor and Apatin (Serbia). *Acta Geographica Slovenica*, 54(SPL. 2), 381–390. <https://doi.org/10.3986/AGS54406>
- Câmara Municipal Águeda; & Tayloring Business and Technology. (2019). *ESTUDO DE RETORNO DE INVESTIMENTO AGITÁGUEDA*.
- Câmara Municipal Águeda. (2021a). *Cultura - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/viver/cultura-e-educacao/cultura>
- Câmara Municipal Águeda. (2021b). *Desenvolvimento Económico - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/viver/desenvolvimento-economico>
- Câmara Municipal Águeda. (2021c). *Desporto - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/viver/desporto-e-juventude/desporto>
- Câmara Municipal Águeda. (2021d). *Freguesias - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/municipio/freguesias>
- Câmara Municipal Águeda. (2021e). *Percursos Pedestres de Águeda - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/visite/turismo/percursos-pedestres-de-agueda>
- Câmara Municipal Águeda. (2021f). *Programas Desportivos - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/viver-em-agueda/desporto/programas-desportivos>
- Câmara Municipal Águeda. (2021g). *Trilhos Adaptados LIFE Águeda - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda. <https://www.cm-agueda.pt/visite/turismo/percursos-pedestres-de-agueda/trilhos-adaptados-life-agueda>
- Câmara Municipal Águeda. (2021h). *Turismo - CM Águeda*. Câmara Municipal Águeda.

<https://www.cm-agueda.pt/visite/turismo>

- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14–35. <https://doi.org/10.1123/jsm.9.1.14>
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1994). Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemmas. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 33–43. <https://doi.org/10.3727/106527094792335782>
- De Bres, K., & Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326–337. <https://doi.org/10.1080/14616680110055439>
- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. C. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: El caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *Eure*, 38(115), 95–115. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612012000300005>
- Dinheiro Vivo. (2018). Procura turística em Águeda aumenta 10% em 2017. *Dinheiro Vivo*. <https://www.dinheirovivo.pt/geral/procura-turistica-em-agueda-aumenta-10-em-2017-12820079.html>
- Dodds, R., & Joppe, M. (2001). Promoting urban green tourism: The development of the other map of Toronto. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), 261–267. <https://doi.org/10.1177/135676670100700306>
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1997). Impacts and benefits of MICE tourism: a framework for analysis. *Tourism Economics*, 3(1), 21–38. <https://doi.org/10.1177/135481669700300102>
- Dwyer, Larry, Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351–359. <https://doi.org/10.1177/0047287505274648>
- Dwyer, Larry, Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). A Framework for Assessing “tangible” and “intangible” Impacts of Events and Conventions. *Event Management*, 6(3), 175–191. <https://doi.org/10.3727/096020197390257>
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385–392. <https://doi.org/10.1177/0047287503041004007>

- Formica, S., & Uysal, M. (1996). A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy. *Festival Management and Event Tourism*, 3(4), 175–182. <https://doi.org/10.3727/106527095792232523>
- Frey, B. S. (1994). The economics of music festivals. *Journal of Cultural Economics*, 18(1), 29–39. <https://doi.org/10.1007/BF01207151>
- Frisby, W., & Getz, D. (1989). Festival Management : A Case Study Perspective. *Journal of Travel Research*, 28(1), 7–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/004728758902800102>
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event management and Event tourism* (2nd ed.). Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events* (1st ed.). Elsevier Ltd.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research*, 27(1), 22–27. <https://doi.org/10.1177/004728758802700105>
- Gibson, C., & Kong, L. (2005). Cultural economy: A critical review. *Progress in Human Geography*, 29(5), 541–561. <https://doi.org/10.1191/0309132505ph567oa>
- Gursoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), 171–181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00092-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00092-X)
- Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Devesa, M., Bedate, A., & del Barrio, M. J. (2006). The economic impact of cultural events: A case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/0969776406058946>
- Huang, J. Z., Li, M., & Cai, L. A. (2010). A model of community-based festival image. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 254–260. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.010>
- INE. (2021a). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=000987

3&contexto=bd&selTab=tab2

- INE. (2021b). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009875&contexto=pi&selTab=tab0
- INE. (2021c). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009878&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021d). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009930&contexto=pi&selTab=tab0
- INE. (2021e). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009182&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021f). *Estatísticas de Serviços*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0009880&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021g). *Estatísticas Económicas*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008508&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021h). *Estatísticas Económicas*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008598&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021i). *Estatísticas Económicas*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008597&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021j). *Estatísticas Económicas*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008599&contexto=bd&selTab=tab2
- INE. (2021k). *Estatísticas Populacionais*. Instituto Nacional de Estatística (INE).

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008272&contexto=bd&selTab=tab2

- INE. (2021l). *Estatísticas Populacionais*. Instituto Nacional de Estatística (INE). https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0010379&contexto=bd&selTab=tab2
- Kim, C., Scott, D., Thigpen, J. F., & Kim, S.-S. (2011). Economic Impact of a Birding Festival. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1), 51–58. <https://doi.org/10.3727/106527098792186702>
- Kostopoulou, S., & Kalogirou, S. (2011). The spatial-economic impact of cultural events. *International Journal of Sustainable Development*, 14(3–4), 309–331. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2011.041967>
- Kostopoulou, S., Vagionis, N., & Kourkouridis, D. (2013). Cultural Festivals and Regional Economic Development: Perceptions of Key Interest Groups. In Á. Matias, P. Nijkamp, & M. Sarmento (Eds.), *Quantitative Methods in Tourism Economics* (1st ed., pp. 175–193). Physica-Verlag Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2879-5_10
- Lee, C.-K., Lee, Y.-K., & Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61–70. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00060-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00060-8)
- Mair, J., & Duffy, M. (2018). The role of festivals in strengthening social capital in rural communities. *Event Management*, 22(6), 875–889. <https://doi.org/10.3727/152599518X15346132863229>
- McCann, E. J. (2002). The cultural politics of local economic development: Meaning-making, place-making and the urban policy process. *Geoforum*, 33(3), 385–398. [https://doi.org/10.1016/S0016-7185\(02\)00007-6](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(02)00007-6)
- Mesquita, A. S. C. (2011). *Turismo Cultural nas comunidades rurais : o caso de Macieira de Alcôba Adriana*. Universidade de Aveiro.
- Mitchell, C. J. A., & Wall, G. (1989). The Arts and Employment: A Case Study of the Stratford Festival. *Growth and Change*, 20(4), 31–40. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.1989.tb00501.x>
- Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. In *Event Management* (Vol. 11, Issues 1–2, pp. 23–32). <https://doi.org/10.3727/152599508783943255>
- Mules, T., & Faulkner, B. (1996). An economic perspective on special events. *Tourism Economics*,

2(2), 107–117.

- O'Sullivan, D., & Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development? *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325–342. <https://doi.org/10.1080/09669580208667171>
- Patton, S. G. (1985). Tourism and Local Economic Development: Factory Outlets and the Reading SMSA. *Growth and Change*, 16(3), 64–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.1985.tb00758.x>
- PORDATA. (2013). *O que são NUTS?* PORDATA. <https://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS>
- Quivy, R., & Carnpenhoudt, L. Van. (2005). *Manual de investigação en ciencias sociales*. Limusa.
- Raj, R., & Vignali, C. (2010). Creating Local Experiences of Cultural Tourism through Sustainable Festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 51–67.
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23(2), 2–11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Sancho Pérez, A., Cabrer Borrás, B., García Mesanat, G., Perez Mira, J. M., Gonzalez Pedro, P., & García Sanchis, M. (2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. In *Organização Mundial do Turismo*.
- Scott, A. J. (1997). The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323–339. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00075>
- Serrão, S. M. J. (2017). *Os Eventos Culturais Como Promotores Do Desenvolvimento Local: O Caso Da Festa Do Vinho Madeira*.
- Skoultzos, S. G., & Tsartas, P. (2009). Event tourism: Statements and questions about its impacts on rural areas. *Tourismos*, 4(4), 293–310.
- Tonts, M., Argent, N., & Plummer, P. (2012). Evolutionary Perspectives on Rural Australia. *Geographical Research*, 50(3), 291–303. <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2011.00745.x>
- Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia Turismo 2027 - Liderar o Turismo do Futuro*.
- VanderStoep, S. W., & Johnson, D. D. (2008). *Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches*. Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism - A practical guide* (Third edit). Pearson

Education.