



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Ramo de especialização em Gestão Estratégica de Eventos

**Os impactes socioambientais de um evento num destino  
turístico**

**Caso de estudo: “Santos Populares de Lisboa”**

Rita Madalena Gil Branco

Estoril, abril de 2020





Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Rita Madalena Gil Branco

**Os impactes socioambientais de um evento num destino  
turístico**

**Caso de estudo: “Santos Populares de Lisboa”**

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau do Mestre em Turismo, ramo de especialização em Gestão Estratégica de Eventos, realizada sob a orientação do Professor Pedro Alves Trindade (Especialista de reconhecido mérito pelo CTC da ESHTe) e coorientação do Professor Doutor Nuno Silva Gustavo.

Estoril, abril de 2020



“Cultura não é ler muito, nem saber muito; é conhecer muito.”

*Fernando Pessoa*

Este trabalho encontra-se escrito segundo o novo acordo ortográfico. Contudo, as transcrições respeitam os textos originais.

## AGRADECIMENTOS

Todo o processo de escrita desta dissertação não teria sido possível sem o apoio e contribuição de algumas pessoas, a quem não posso deixar de dedicar umas palavras de agradecimento.

Ao meu orientador, Professor Pedro Alves Trindade, por toda a sua disponibilidade, paciência, atenção e apoio, que certamente contribuíram para o enriquecimento e finalização deste trabalho.

Ao Professor Doutor Nuno Gustavo, por toda a ajuda durante o processo.

Aos meus pais, pela possibilidade de frequentar este mestrado, pelo esforço, apoio e oportunidades, que só vocês me proporcionam.

Ao Tomás, à minha irmã e amigos próximos, pelas suas opiniões, carinho e motivação ao longo desta minha etapa académica.

Agradecer também à Câmara Municipal de Lisboa e particularmente ao João Gabriel da empresa EGEAC, por toda a colaboração e informações fornecidas.

E por último, mas não menos importante, agradecer a todos aqueles se disponibilizaram e tiraram um pouco do seu tempo para responder ao questionário.

A todos, o meu sincero obrigada.



## ÍNDICE GERAL

Agradecimentos .....	iv
Índice Geral .....	vi
Índice de Figuras .....	viii
Índice de Tabelas .....	viii
Resumo .....	x
Abstract.....	xi
Glossário.....	xii
Introdução.....	1
<b>CAPÍTULO I – METODOLOGIA.....</b>	<b>3</b>
1.1 Pertinência e justificação do estudo.....	4
1.2 Problemática da investigação.....	5
1.3 Objetivos do estudo .....	9
1.4 Proposições da investigação .....	12
1.5 Modelo de investigação .....	14
1.6 Instrumentos de pesquisa.....	17
<b>CAPÍTULO II – DESTINOS E EVENTOS EM TURISMO.....</b>	<b>21</b>
2.1 Destino turístico.....	22
2.2 Planeamento e o desenvolvimento de destinos.....	23
2.3 Motivações turísticas .....	24
2.4 Turismo de eventos.....	26
<b>CAPÍTULO III – EVENTOS COMO OFERTA CULTURAL .....</b>	<b>30</b>
3.1 A origem dos eventos .....	31
3.2 Definição e conceitos.....	32
3.3 Festividades e eventos populares.....	34
3.4 Impactes socioculturais e ambientais dos eventos.....	36
3.5 Importância dos eventos para o turismo .....	40
3.6 Eventos culturais.....	41
3.6.1 Características dos eventos culturais.....	41
3.6.2 As festas populares: impactes e contributos.....	42
<b>CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>45</b>
4.1 Breve apresentação de Lisboa.....	46

4.2	Eventos culturais de Lisboa .....	48
4.3	O evento Santos Populares de Lisboa.....	50
4.3.1	Onde acontecem .....	53
4.4	Apresentação dos dados recolhidos .....	57
4.5	Análise dos resultados .....	58
CAPÍTULO V- CONSIDERAÇÕES FINAIS .....		79
5.1	Conclusões.....	80
5.2	Limitações da investigação.....	82
5.3	Futuras linhas de investigação .....	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		83
ANEXOS .....		i

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de análise .....	7
Figura 2 - Objetivo Geral.....	9
Figura 3 – Objetivos .....	12
Figura 4 - Esquema das etapas do procedimento .....	15
Figura 5 - Mapa de Portugal .....	46
Figura 6 - Mapa das freguesias de Lisboa .....	46
Figura 7 - Mapa dos bairros de Lisboa .....	53

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Construção do questionário .....	17
Tabela 2 - Impactes dos Eventos .....	37

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Género.....	58
Gráfico 2 - Idade.....	59
Gráfico 3 - Nacionalidade.....	59
Gráfico 4 - Zona de residência .....	60
Gráfico 5 - Conhecimento Santos Populares Lisboa.....	61
Gráfico 6 - Frequência visitas Santos Populares Lisboa .....	61
Gráfico 7 - Regularidade frequência de visitas ao evento .....	62
Gráfico 8 - Importância do evento para o desenvolvimento de Lisboa.....	63
Gráfico 9 - Motivações enquanto visitante.....	64
Gráfico 10 - Outras motivações.....	64
Gráfico 11 - Expressão cultural de Lisboa .....	65
Gráfico 12 - Oportunidade de conhecimento da cultura local.....	66
Gráfico 13 - Valorização da cidade de Lisboa .....	67
Gráfico 14 - Promoção do convívio entre moradores e visitantes.....	67
Gráfico 15 - Divulgação de Lisboa no mundo .....	68
Gráfico 16 - Impactes socioculturais em Lisboa .....	69
Gráfico 17 - Contribuição para a interação com os turistas .....	69
Gráfico 18 - Contribuição para aumento de lixo .....	70
Gráfico 19 - Utilização dos copos e pratos de plástico.....	71
Gráfico 20 - Existência de contentores nas ruas.....	71
Gráfico 21 - Distúrbios aos moradores.....	72
Gráfico 22 - Preocupação da CML.....	73
Gráfico 23 - Hora de término do evento.....	73
Gráfico 24 - Limite da hora de término .....	74
Gráfico 25 - Circulação de carros.....	75
Gráfico 26 - Impactes ambientais negativos.....	75
Gráfico 27 - Impactes mais relevantes .....	76
Gráfico 28 - Justificação aos impactes referidos anteriormente.....	77
Gráfico 29 - Suportes onde foram servidos os alimentos.....	78

## **RESUMO**

O setor do turismo, onde se inclui também o turismo de eventos, tem vindo a ganhar ao longo dos anos uma relevância notável tornando-se um dos setores impulsionadores da economia mundial (World Travel and Tourism Council, 2016).

Sendo considerado um dos setores de atividade com maior desenvolvimento, tem-se igualmente constatado a importância crescente do turismo de eventos em Portugal.

Tendo em conta as novas tendências e a velocidade com que a informação circula à escala global, há cada vez mais pessoas que se deslocam para um determinado evento, de modo a satisfazerem as suas necessidades.

Assim, o foco desta investigação visa o estudo dos Santos Populares de Lisboa enquanto evento lúdico e cultural, numa perspetiva socioambiental, que ocorre anualmente nos bairros históricos da cidade - nomeadamente em Alfama, Bica, Bairro Alto e Madragoa.

Neste sentido, propomo-nos a realizar uma investigação cujo principal objetivo é explorar os impactes socioambientais e culturais causados aquando da realização de um evento no destino turístico Lisboa, focando-nos concretamente no caso dos Santos Populares.

Após uma vasta revisão bibliográfica, para obtenção dos dados necessários ao estudo recorreremos à metodologia sustentada em inquéritos por questionário de modo a perceber a opinião por parte de moradores, participantes e visitantes do evento, conseguindo obter uma amostra de 120 inquiridos.

Tendo em conta os resultados obtidos, este estudo permitiu-nos perceber que o evento contribui de forma benéfica para a valorização da capital, pois é uma tradição, dando a possibilidade de conhecer a cultura lisboeta e contribui para a interação e integração entre turistas e locais.

Em contrapartida, os aspetos ambientais são de salientar, pois apesar da constante e cada vez maior preocupação ambiental vivida, este é um evento que contribui negativamente para o meio ambiente.

**Palavras-chave:** Turismo, Eventos, Destino Turístico, Lisboa, Santos Populares

## **ABSTRACT**

The tourism sector, which also includes event tourism, has been gaining remarkable importance over the years, becoming a driving force in the world economy (World Travel and Tourism Council, 2016).

It is considered to be one of the sectors with the greatest development and, thus, it has been verified the growing importance of event tourism in Portugal.

Given the changing trends and the speed with which information circulates on a global scale, more and more people are moving to a particular event to meet their needs.

Although, the focus of this research is the study of the Popular Saints of Lisbon, as cultural event, in a socio-environmental perspective that occur annually in the historical districts of the city, namely in Alfama, Bica, Bairro Alto and Madragoa.

In this sense, we propose to carry out an investigation which main objective is to explore the social and environmental impacts caused during the realization of an event in the tourist destination Lisbon, in particular, the case of the Popular Saints.

After a vast literature review, in order to obtain the necessary data for the study, we used the methodology based on questionnaire surveys in order to understand the opinion of residents, participants and visitors of the event, obtaining a sample of 120 respondents.

Taking into account the results obtained, this study allowed us to understand what is a beneficial event for capital appreciation, as it is a tradition, allowing to know Lisbon culture and contribute to the interaction and integration between tourists and locals.

On the other hand, environmental aspects are relevant, despite the constant and increasing environmental concern, this is an event that causes a negative impact on the environment.

**Keywords:** Tourism, Events, Tourist Destination, Lisbon, Popular Saints

## **GLOSSÁRIO**

CML - Câmara Municipal de Lisboa

DMO – Destination Management Organizations (Organizações de Gestão de Destinos)

EGEAC - Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural

INE - Instituto Nacional de Estatística

MIL - Lisbon International Music Network

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

WTTC – World Travel Tourism Council



## **INTRODUÇÃO**

A presente investigação visa identificar os impactes socioambientais e culturais de um evento num destino turístico: Caso de estudo “Santos Populares de Lisboa” e foi desenvolvida no âmbito do mestrado em Turismo e Gestão Estratégica de Eventos da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

A mesma incidirá sobre o evento lisboeta - Santos Populares - tendo como principal objetivo determinar quais os principais impactes, tanto ambientais como socioculturais, que advêm da realização daquelas que são festividades já características de Lisboa neste mesmo destino turístico.

É possível compreender a ligação existente entre turismo e eventos, com relevante importância a nível económico e social. Enquanto elemento de promoção, os eventos podem ser muitas vezes considerados como a principal atração e motivação turística (Bayrak, 2011). Assumem cada vez mais um papel fundamental nas cidades onde são realizados, pois atraem um elevado número de visitantes, que por sua vez utilizam recursos e serviços contribuindo para a criação de emprego e desenvolvimento económico, em particular para a economia dos eventos e do turismo (Cardoso, 2013; Vieira, 2015).

Atualmente deparamo-nos com um tema de extrema relevância, que são os impactes ambientais. É deste modo importante percebermos de que forma podemos contribuir para uma diminuição dos impactes negativos que são exclusivamente causados pelo Homem e que afetam diariamente o Meio Ambiente.

Naturalmente grandes eventos contribuem positivamente para os locais em que são realizados, nomeada e especialmente para o setor do Turismo, enquanto elemento de promoção de destinos. Contudo, certos eventos acabam por contribuir negativamente para o meio ambiente. E, é por esse mesmo motivo que com esta investigação se pretende dar a conhecer melhor o evento “Santos Populares de Lisboa” e, principalmente, perceber quais os impactes ambientais que este provoca, procurando encontrar possíveis soluções que minimizem consequências nefastas.

Apesar de ainda não existir um estudo sobre os impactes ambientais do evento em questão, existe sim uma investigação sobre o turismo de eventos culturais que abrange também o evento Santos Populares. No entanto, apesar de o objeto de estudo ser o mesmo, as perspetivas são diferentes, sendo que é relevante acompanhar e analisar as várias temáticas que a este estejam associados de forma a atualizar os desenvolvimentos que vão sucedendo.

Deste modo, esta investigação científica encontra-se estruturada em cinco capítulos essenciais:

O primeiro capítulo, refere-se ao enquadramento geral, onde estarão desenvolvidas todas as principais questões acerca do tema a analisar, como a sua apresentação, justificação da escolha do tema, os principais objetivos e pertinência do estudo.

De seguida, no segundo e terceiro capítulos será desenvolvida toda a pesquisa científica e revisão da literatura acerca dos temas **turismo e eventos**. No que respeita ao segundo capítulo serão incluídos subtemas como destino turístico, motivações turísticas, turismo de eventos, turismo de eventos e desenvolvimento de destinos.

Em relação ao terceiro capítulo- eventos, estudar-se-ão a sua definição e conceitos, os impactes por estes causados, importância dos eventos para o turismo, eventos culturais e festividades populares. Dentro do tema dos eventos culturais incluímos também alguns subtemas aos quais damos maior relevância como as suas características, falar sobre as festas populares e quais os impactes e contributos associados.

O quarto capítulo aborda uma breve apresentação sobre Lisboa e os seus principais bairros, dão-se a conhecer alguns dos eventos culturais que ocorrem na cidade ao longo do ano, nomeadamente os bairros onde acontecem anualmente os Santos Populares e que serão o objeto de estudo desta investigação. É neste mesmo capítulo que serão apresentados e analisados os resultados recolhidos, tendo por base os 120 inquéritos por questionário realizados.

Por fim, no quinto capítulo, designado de considerações finais, é apresentada a conclusão retirada do estudo, são referidas todas as limitações encontradas e futuras linhas de investigação.

## **CAPÍTULO I – METODOLOGIA**

## 1.1 PERTINÊNCIA E JUSTIFICAÇÃO DO ESTUDO

Este evento acontece anualmente, em vários locais do país, sendo que para o estudo, será abordado particularmente o evento dos Santos Populares que ocorrem na cidade de Lisboa, nos bairros históricos: Alfama, Bica, Bairro Alto e Madragoa. Estes “representam a cidade, a sua memória, a sua história, o seu povo, sintetizam um conjunto de temas e comportamentos culturais específicos de Lisboa, e por isso são considerados *típicos*”.

Cada vez mais as pessoas se deslocam das suas zonas de residência para certos eventos que vão ao encontro das suas necessidades e interesses e, desta forma, tanto o turismo como os eventos são atividades que têm vindo a registar uma constante evolução. Com isto, os eventos têm a capacidade de gerar impactes positivos e de extrema importância para os destinos, de que constitui exemplo maior o facto de atraírem turistas e visitantes. Os eventos são, portanto, um importante gerador e motivador do turismo Getz (2008).

Todavia, apesar dos impactes positivos que maioritariamente possam proporcionar, todos os eventos registam igualmente alguns aspetos negativos que, com uma maior consciencialização social, se impõe que venham a ser progressivamente minimizados.

Assim sendo, um dos motivos que justifica a pertinência da realização do estudo, é que para além de ser essencial investigar este tema de forma a reunir dados atualizados – fundamentais pelo facto daquelas duas atividades estarem em constante evolução – também esta é uma temática que nunca antes foi estudada e analisada empiricamente.

Tal como referido por Lundberg (2013) a análise de impactes de eventos tem sido cada vez mais um foco nos estudos realizados e, recentemente, tem sido atribuído um maior interesse a outros fatores que não apenas aos impactes económicos, como são exemplo os impactes ambientais, sociais e culturais.

Atendendo a que, por norma, as análises efetuadas até à data incidem maioritariamente nos impactes financeiros, nomeadamente de megaeventos (Knott, 2015), nesta investigação serão abordados outros impactes: os socioculturais e ambientais – sendo este um outro motivo que me levou a realizar o estudo, num enquadramento e numa realidade em que existe uma crescente preocupação e consciencialização ambiental, pois os eventos podem e devem constituir mais uma forma de alerta e de sensibilização para que isso aconteça.

Deste modo, por um lado, tendo em conta que o evento Santos Populares de Lisboa é um dos mais tradicionais eventos realizados anualmente no nosso país, apesar de todas as suas vantagens, demonstra proporcionar, especialmente para o Meio Ambiente, alguns aspetos negativos, o que torna pertinente utilizar este grande acontecimento como principal objeto de estudo da investigação.

Por outro lado, torna-se também essencial percebermos quais os impactes que afetam verdadeiramente todo o meio envolvente após a realização de um evento desta proporção, tendo em conta a crescente preocupação ambiental que se tem vindo a desenvolver, justificando assim a escolha desta temática.

Posto isto, a realização deste estudo visa investigar o evento Santos Populares de Lisboa enquanto evento cultural e perceber quais os principais impactes como foco fundamental, contribuindo para possíveis soluções que resultem num conceito de evento mais sustentável.

## **1.2 PROBLEMÁTICA DA INVESTIGAÇÃO**

Turismo significa fazer referência a pessoas que alteram as suas rotinas espaciais e temporais por um determinado período de tempo. Nas últimas décadas o setor do turismo tornou-se crucial no crescimento da economia mundial e, a principal razão para este se ter tornado o ponto fulcral, deve-se ao facto de contribuir para o aumento de emprego e crescimento do PIB de cada país (World Travel and Tourism Council, 2016).

E, tal como o setor do turismo, também o setor dos eventos tem vindo a desenvolver-se gradualmente. Os destinos têm, cada vez mais, apostado em eventos para, dessa forma, atrair turistas e visitantes, de forma a contribuir para o desenvolvimento urbano, posicionamento do destino e combate à sazonalidade (Getz & Page, 2016).

Com a enorme expansão que a atividade dos eventos tem vindo a registar, existe cada vez mais uma necessidade de se analisarem os seus benefícios e os seus impactes. Hoje em dia, com a importância e a valorização que já se está a atribuir ao ambiente e à sustentabilidade, é importante referir que os eventos geram impactes tanto positivos como negativos nos destinos e locais onde se realizam.

Com o passar dos anos, os problemas ambientais são cada vez mais complexos e difíceis de ignorar. São muitos os eventos que hoje em dia existem e, consoante a sua tipologia ou dimensão, geram e implicam diferentes consequências e impactes para o exterior. Por norma os impactes ambientais causados, estão maioritariamente associados a consumo de energia, água e materiais que resultam em resíduos capazes de gerar dimensões prejudiciais.

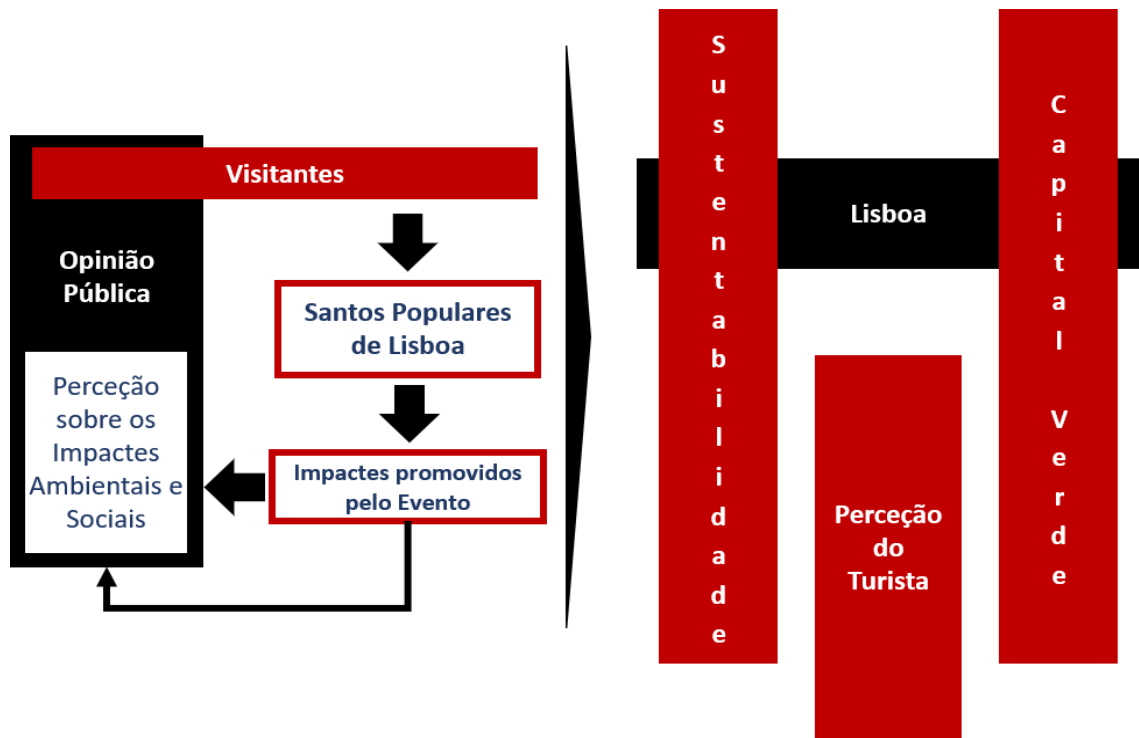
Deste modo, as companhias precisam de refletir sobre as mudanças e criação de estratégias de forma a alterar a forma como os negócios são realizados (Makower, 2009).

Como refere Tachizawa (2006, p. 73) “a transformação e a influência ecológica nos negócios se farão sentir de maneira crescente e com efeitos econômicos cada vez mais profundos. As organizações que tomarem decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas, quando não, redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazos.”

As organizações do setor dos eventos cada vez mais se tem vindo a mobilizar de forma a alcançar uma maior sustentabilidade ambiental ou social. O mesmo autor, refere ainda que deverão ser cada vez mais: inteligentes, verdes, interativos e geradores de novos negócios.

Posto isto, como é igualmente relevante analisar tanto os impactes negativos como positivos dos eventos nos destinos, não só esta investigação se vai debruçar sobre impactes ambientais como também sobre os socioculturais, como se pode verificar através do modelo de análise da investigação que se apresenta, de forma esquematizada, na figura 1, abaixo.

Figura 1 - Modelo de análise



Fonte: Elaboração própria

O modelo criado remete-nos para a forma como os visitantes percecionam os impactes promovidos pelo evento. Ainda, tendo em atenção a intenção de tornar Lisboa uma das principais capitais verdes da Europa, torna-se relevante o papel da sustentabilidade no enquadramento deste estudo.

Neste sentido, parece-nos importante referenciar, apesar de sucintamente, conceitos como perceção, sustentabilidade e opinião pública.

A perceção refere-se ao efeito de perceber algo. É a partir da perceção que podemos receber informação e interpreta-la.

No que diz respeito a sustentabilidade, este é um conceito relacionado com a preservação ambiental e ecológico. Trata-se de conservar o meio ambiente e desenvolver formas mais ecológicas que atendam às necessidades de todos. Tendo em conta que o maior foco deste estudo é o impacte ambiental vivenciado e que resulta de um evento, especificamente dos Santos Populares, é importante referenciar este conceito e tentar encontrar soluções para um evento efetivamente mais sustentável.

Por fim, relativamente à opinião pública, este termo consiste justamente nas considerações da própria população e, neste caso, de todos os inquiridos. É a partir das suas vivências, e que certamente geram uma opinião, que iremos tirar conclusões pertinentes ao estudo.

Tal como refere Deng & Li (2014) os eventos oferecem a possibilidade de os turistas conhecerem a cultura dos lugares onde estes são realizados, o que corresponde muito ao evento em questão. Em contrapartida Getz (2007) refere que os eventos quando são planeados têm sempre um propósito e um objetivo, o que significa que alguns dos resultados são desejados, no entanto existe igualmente a possibilidade de que outros ocorram inesperadamente e de forma negativa.

Para Lundberg (2013) os impactes de eventos têm sido cada vez mais um foco nos estudos sobre eventos e, como tal, torna-se importante abordar os impactes ambientais e socioculturais de um tão mediático evento como são os Santos Populares.

O estudo antecipado dos impactes e da sua influência nas diferentes componentes, define o sucesso do planeamento para a sustentabilidade de um evento e, por isso, tem existido uma procura por modelos de gestão e de certificação dos eventos (Lobato, 2014).

Com a crescente necessidade de cada vez mais, se aliar a sustentabilidade a grandes eventos que certamente também atraem turistas e contribuem como “imagem de marca” para um destino, o estudo antecipado dos possíveis impactes define o sucesso do planeamento para a sustentabilidade de um evento (Rosa, 2018). Com isto, para que seja possível atingir a sustentabilidade pretendida, torna-se fundamental a preocupação relativamente a questões não só ambientais, como sociais.

Desta forma torna-se relevante aprofundar o tema destes mesmos impactes, indo ao encontro da seguinte pergunta de partida: Quais os principais impactes socioambientais e culturais provocados pelos Santos Populares no destino turístico Lisboa?

Esta questão servirá como fio condutor de toda a investigação, levando à análise do próprio evento e aos impactes envolventes que este causa, de forma a ser possível dar resposta à problemática que os mesmos originam.

Para que se consiga responder a esta problemática, é essencial criar alguns objetivos específicos: apresentação do evento; identificar a dinâmica que se desenvolve e como esta se pode avaliar; e, abordar uma análise empírica de forma a tentar compreender as opiniões da população local, dos frequentadores e dos visitantes do próprio evento, de

maneira a propor soluções – contribuindo para que estas possivelmente venham a ser colocadas em prática e os impactes negativos diminuam.

### 1.3 OBJETIVOS DO ESTUDO

A presente investigação tem como objetivo geral: determinar quais os impactes socioambientais e culturais que resultam da realização de um evento num determinado destino turístico, tendo como caso de estudo o evento Santos Populares, em Lisboa como explicitado na figura 2.

**Figura 2 - Objetivo Geral**



Fonte: Elaboração própria

Pretendemos desta forma junto da população local e dos visitantes do evento, compreender as suas opiniões relativamente ao retorno do mesmo neste destino turístico, abordando tanto a perspetiva sociocultural como ambiental.

As questões colocadas nos inquéritos irão permitir uma posterior validação - ou não - dos objetivos específicos formulados, possibilitando assim conseguir responder à pergunta de partida.

Quanto aos objetivos específicos, são os seguintes:

**Objetivo 1: Perceber se a existência de um evento garante impactes socioculturais no destino onde se realiza.**

Numa entrevista realizada a João Gabriel Isidoro, um dos responsáveis da empresa organizadora dos arraiais de Lisboa (EGEAC), este refere que, na sua opinião, os Santos Populares causam sim impactes socioculturais e que inclusive considera serem dos impactes mais relevantes e notórios. Também Getz (2008) refere que os eventos têm um papel fundamental na construção da comunidade, gerando assim impactes a nível sociocultural.

Deste modo, será importante perceber se na perspetiva dos inquiridos, este evento gera ou não impactes socioculturais no destino Lisboa e, para que possamos concluir exatamente, analisámos as respostas a questões como:

- ✓ “Em que medida considera os Santos Populares importantes para o desenvolvimento de Lisboa, enquanto destino turístico?”
- ✓ “Os Santos Populares geram impactes socioculturais em Lisboa.”

**Objetivo 2: Comprovar se o evento contribui para um aumento de impactes ambientais negativos.**

É normal que um evento desta natureza, para além dos impactes positivos que possa causar, também dele advêm alguns aspetos negativos, e, tal como refere Pavlukovic, Armenski, & Alcántara-Pilar (2017), será pertinente perceber se de facto os Santos Populares contribuem para um aumento de impactes ambientais negativos aquando da sua realização.

Para conseguirmos alcançar este objetivo foram analisadas as seguintes questões:

- ✓ “Os Santos Populares contribuem para um aumento de lixo nas ruas de Lisboa.”
- ✓ “Deveriam deixar de ser usados os habituais copos e pratos de plástico.”
- ✓ “Existem poucos contentores nas ruas durante o evento.”
- ✓ “O evento causa distúrbio aos moradores dos bairros onde o mesmo acontece.”

- ✓ “Deveria existir uma maior preocupação por parte da CML na limpeza das ruas.”
- ✓ “O horário para o término do barulho noturno deveria ser mais limitado.”
- ✓ “De forma a contribuir para um ambiente menos poluído, não deveria ser permitida a circulação de carros em Lisboa durante estes dias.”
- ✓ “Para além do já referenciado, na sua opinião, um evento desta natureza gera impactes ambientais negativos? Se sim, refira os mais relevantes.”

**Objetivo 3: Perceber se o evento permite criar interação e integração entre a população local e os turistas.**

Os Santos Populares de Lisboa são um evento cujo público-alvo é muito abrangente. É dirigido maioritariamente para a população local e residentes na zona de Lisboa, mas também para todos os visitantes moradores noutros concelhos. Uma vez que Lisboa é neste momento o foco turístico em Portugal, cada vez mais são também os turistas os participantes deste evento. Tal como Deng (2014) refere, os eventos têm capacidade de possibilitar o contacto entre os turistas com a comunidade local e com os seus estilos de vida.

Posto isto, será interessante perceber se existe de facto, uma integração entre a comunidade local e os próprios turistas.

Para alcançar este objetivo analisámos as seguintes afirmações que os inquiridos classificaram:

- ✓ “Os Santos Populares promovem o convívio entre moradores e visitantes do evento.”
- ✓ “Os Santos Populares contribuem para integração e interação com os turistas.”

**Objetivo 4: Constatar se o evento contribui para uma valorização de Lisboa e sua cultura local.**

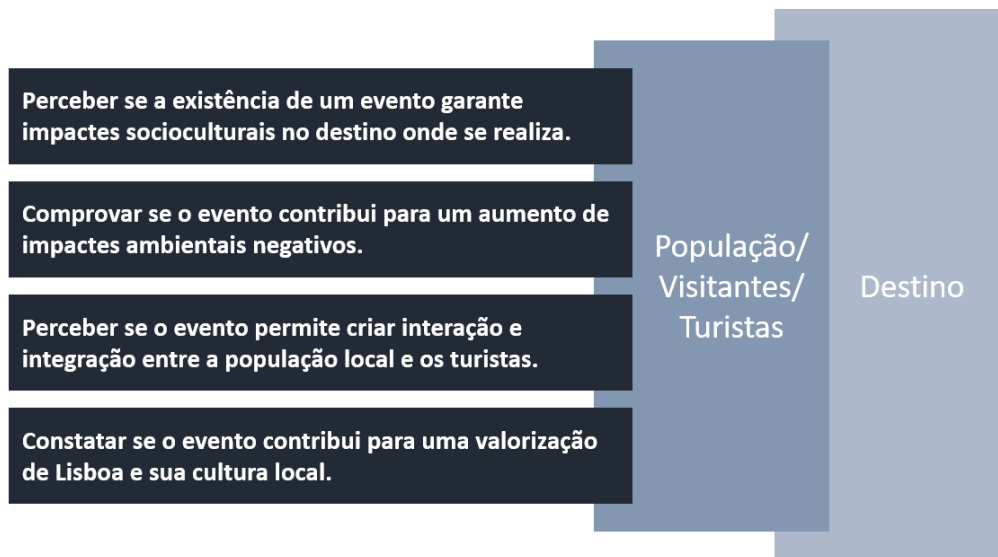
Tal como refere Vieira (2015) vamos identificar se efetivamente um evento permite criar maior valorização do património histórico e sua cultura local. É interessante perceber se, de forma geral, os inquiridos consideram que os eventos contribuem ou não para a valorização das cidades onde estes se realizam. Uma vez que os Santos Populares são um

evento tipicamente português e que acontecem na capital portuguesa, analisámos as respostas obtidas às seguintes afirmações:

- ✓ “Os Santos Populares são uma expressão cultural da cidade de Lisboa.”
- ✓ “No evento tenho oportunidade de conhecer melhor a cultura local.”
- ✓ “Os Santos Populares contribuem para a valorização da cidade de Lisboa.”
- ✓ “Os Santos Populares divulgam e difundem Lisboa no mundo.”

Objetivos que, esquematicamente se podem apresentar como mostramos na figura 3.

**Figura 3 – Objetivos**



Fonte: Elaboração própria

#### **1.4 PROPOSIÇÕES DA INVESTIGAÇÃO**

Neste capítulo são apresentadas as proposições consideradas para a investigação, formuladas de acordo com os objetivos do estudo anteriormente referenciados, e que servirão para uma posterior validação do estudo.

De forma a responder à problemática do estudo foram então criadas as seguintes proposições:

**P1: Os Santos Populares são um evento que gera impactes socioculturais em Lisboa.**

Já Getz (2008) faz referência à importância que os eventos têm nas comunidades, gerando dessa forma impactes socioculturais. E, tendo em consideração que todos os eventos realizados em qualquer local, tem possibilidade de gerar impactes, tal como os Santos Populares, por serem um evento cultural, local e tradicional da cidade de Lisboa, torna-se assim importante perceber se as pessoas consideram que, de facto, este evento tem a capacidade de gerar impactes socioculturais na cidade onde se realiza.

**P2: O evento Santos Populares contribui para um aumento de impactes ambientais negativos.**

A quantidade de pratos e copos de plástico descartáveis utilizados, excessiva poluição sonora e a quantidade de lixo deixado nas ruas aquando da realização deste grande evento, deixam-nos a pensar se esta não será uma hipótese a colocar em questão, tentando contribuir para possíveis soluções que resultem num conceito de evento mais sustentável.

**P3: O evento é uma forma de interação entre os turistas (nacionais ou não) e a população local.**

Os eventos apresentam-se muitas vezes como oportunidades de conhecer novas culturas, hábitos e tradições das cidades e localidades onde se concretizam, e são igualmente potenciadores de interação e integração entre a população local e os visitantes/participantes. Assim, importa perceber se os Santos Populares de Lisboa são ou não um bom exemplo de que, realmente, existe essa possibilidade de contacto e interação entre as comunidades locais e os turistas.

**P4: O evento Santos Populares contribui para a promoção da cidade de Lisboa e da sua cultura local.**

Os eventos são uma inteligente forma de promover algo e divulgar culturas locais.

Sendo os Santos Populares um dos eventos mais conhecidos e reconhecidos em Portugal como o mais tradicional e que, apesar das suas adaptações ao longo dos anos, ocorre

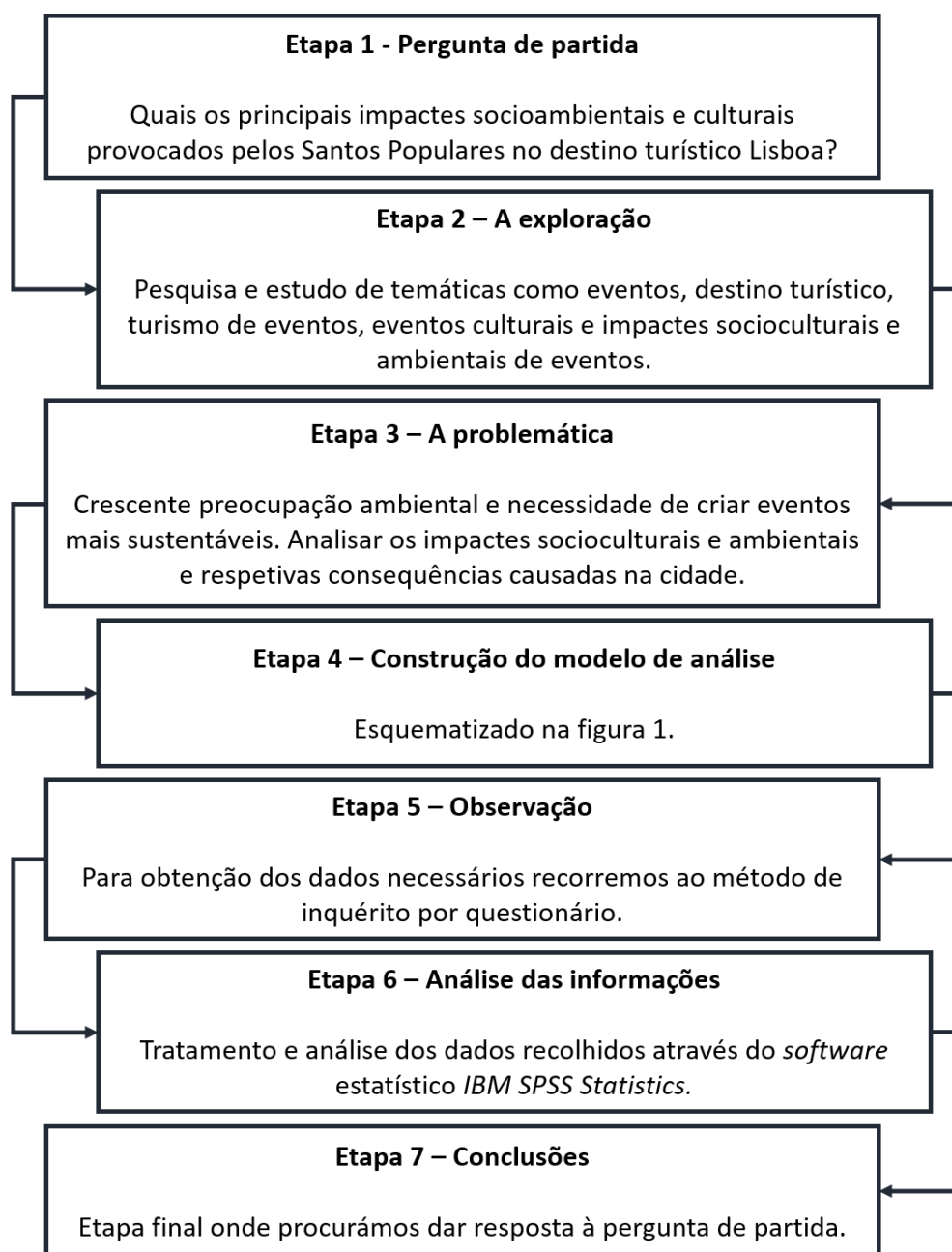
sempre na mesma altura, com o mesmo propósito e as mesmas tradições. Torna-se desta forma interessante compreender a opinião pública (nomeadamente daqueles que conhecem e já participaram em pelo menos uma edição), relativamente ao facto de este ser, ou não, um evento que de forma geral contribui para a valorização e promoção de Lisboa e da cultura da região.

## **1.5 MODELO DE INVESTIGAÇÃO**

Como é habitual nos trabalhos de investigação científica, o capítulo da metodologia pretende explicar todas as etapas desenvolvidas ao longo de todo o processo.

Um dos esquemas mais adotados no desenvolvimento deste tipo de trabalhos, é o modelo elaborado por Quivy & Campenhout (2008) que será o adotado para sustentar também esta investigação e cuja estrutura é composta por sete etapas, como indicado na fig. 4.

**Figura 4 - Esquema das etapas do procedimento**



Fonte: Adaptado de Quivy *et al* (2008)

A cada uma das etapas, fizemos corresponder uma parte desta investigação que passamos a referenciar.

Na primeira etapa, e como já anteriormente referido, foi desenvolvida a pergunta de partida “Quais os principais impactes socioambientais e culturais provocados pelos

Santos Populares no destino turístico Lisboa?”, que funciona como fio condutor de toda a investigação.

Na segunda etapa, fase da exploração, é realizada uma contextualização do turismo e dos eventos, procedendo-se à leitura de vários estudos que se debruçam sobre temas idênticos e outros aspetos também aqui abordados, envolvendo uma pesquisa e análise de obras sob a forma de dissertações de mestrado, artigos científicos, livros, entre outros.

Na terceira etapa surge a problemática da investigação. Após pesquisas elaboradas, com o presente estudo pretendemos analisar e averiguar os impactes socioculturais e ambientais, e respetivas consequências que emergem com a realização dos Santos Populares no destino turístico Lisboa.

Na quarta etapa é realizada a construção do modelo de análise do estudo. Sendo hoje reconhecido que a sustentabilidade das cidades é algo fundamental para os turistas, principalmente os do Norte da Europa, este estudo reflete a análise efetuada ao “consumidor” nacional, tendo como suporte a metodologia por conveniência utilizada.

Fernando Medina, Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, pretende fazer da cidade, a cidade da mobilização do avanço da agenda ambiental, tornando-a a “Capital Verde da Europa”, tendo em atenção que cada vez mais se valoriza o meio ambiente e a relevância que este também pode ter nas escolhas por parte dos turistas.

Ao sabermos que os eventos locais promovem um significativo impacte social e ambiental, consideramos, através deste estudo, realizado maioritariamente a pessoas residentes na área metropolitana de Lisboa (não turistas), a existência ou não dos referidos impactes.

Ao aferirmos os mesmos, estamos a considerar que essas questões ambientais e sociais se vão posteriormente refletir naquela que é a perceção do turista internacional sobre uma determinada localidade ou país.

Após os passos anteriores desenvolveu-se uma quinta etapa, onde foi necessário definir os instrumentos de observação.

Recorremos a fontes secundárias de informação e à observação indireta através de inquéritos por questionário, que tiveram como público-alvo a população local, residente dos bairros lisboetas e os visitantes do evento.

De seguida, na sexta etapa procedeu-se à análise das informações recolhidas aquando da etapa da observação. Após a realização dos inquéritos por questionário tratámos os dados recolhidos através do *software* estatístico *IBM SPSS Statistics* e apresentaram-se os resultados obtidos do estudo, aqui representados sob a forma de tabelas e gráficos demonstrativos.

Numa etapa final, elaboraram-se as considerações finais, onde procurámos dar resposta a todas as perguntas realizadas, nomeadamente à pergunta de partida e onde delineámos as limitações do estudo, bem como algumas linhas de orientação para possíveis trabalhos futuros a desenvolver.

## 1.6 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Previamente à realização do evento, foram criadas algumas perguntas com o objetivo de contruir a vertente empírica do estudo, de forma a recolher informações a partir de uma amostra significativa.

Deste modo, o instrumento de pesquisa utilizado nesta investigação foram os inquéritos por questionário, pois considerámos que o método de observação indireta seria o mais apropriado.

Para um melhor entendimento de como foi construído e planificado o questionário, apresentamos a tabela 1, na página seguinte, cujos elementos contribuíram para um questionário mais completo e, a partir do qual foi possível cumprir os objetivos definidos e responder à pergunta de partida.

**Tabela 1 - Construção do questionário**

Dimensões	Variáveis	Indicadores	Questões
Mercado	Sociodemográfica	Identificação do público	<ul style="list-style-type: none"><li>• Género</li><li>• Idade</li></ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalidade</li> <li>• Concelho de residência</li> </ul>
	Social	Interesse pelo evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhece o evento?</li> <li>• Costuma frequentar?</li> <li>• Com que regularidade?</li> <li>• Quais as motivações enquanto visitante?</li> </ul>
	Ambiental	Conhecimento da opinião pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os S. P. contribuem para aumento de lixo nas ruas de Lisboa?</li> <li>• Deveriam deixar de ser usados os habituais copos e pratos de plástico?</li> <li>• Existem poucos contentores nas ruas durante o evento?</li> <li>• O evento causa distúrbio aos moradores dos bairros onde o mesmo acontece?</li> <li>• Deveria existir uma maior preocupação por parte da CML na limpeza das ruas?</li> <li>• Duas da manhã é uma boa hora para terminar o evento?</li> <li>• Horário para o término do barulho noturno deveria ser mais limitado?</li> <li>• De forma a contribuir para um ambiente menos poluído, não deveria ser permitida a circulação de carros em Lisboa durante estes dias?</li> <li>• Um evento desta natureza gera impactos ambientais negativos?</li> <li>• De que forma foram servidos os alimentos consumidos?</li> </ul>
	Sociocultural	Conhecimento da opinião pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Em que medida considera os Santos Populares importantes para o desenvolvimento de Lisboa, enquanto destino turístico?</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os S. P. são uma expressão cultural da cidade de Lisboa?</li> <li>• No evento tenho oportunidade de conhecer melhor a cultura local?</li> <li>• Os S. P. contribuem para a valorização da cidade de Lisboa?</li> <li>• Os S. P. promovem o convívio entre moradores e visitantes do evento?</li> <li>• Os S. P. divulgam e difundem Lisboa no mundo?</li> <li>• Os eventos geram impactes socioculturais em Lisboa?</li> <li>• O evento contribui para integração e interação com os turistas?</li> </ul>
--	--	--	--

Fonte: Elaboração própria

Com este questionário pretendemos perceber, do ponto de vista dos inquiridos, quais os principais impactes socioculturais e ambientais que resultam da realização dos Santos Populares em Lisboa. Assim sendo, foram dirigidos a moradores, visitante e participantes, de forma a obter uma amostra considerável de respostas por parte de quem já vivenciou o evento.

Segundo Sousa (2006, p. 643) inquéritos são “instrumentos de pesquisa que visam a recolha de informação sobre ideias, afetos e comportamentos das pessoas.”

A partir dos inquéritos pretendemos dar resposta ao principal objetivo que é perceber, do ponto de vista dos moradores e visitantes, quais os impactes socioculturais que o evento causa na cidade de Lisboa, e os impactes ambientais também por este causados, tendo em conta as suas principais consequências.

Como referem Quivy e Campenhout (1998) as perguntas devem ser claras e concisas, de forma a que todos interpretem da mesma maneira. Posto isto, aproximadamente uma semana antes dos questionários serem postos em prática, foi feito um pré teste a colegas

para garantir a clareza das perguntas, melhoria de algumas questões e certificação de que o inquérito tinha o efeito pretendido.

A estrutura e questões presentes permitem conhecer as características sociodemográficas dos inquiridos, identificar as suas opiniões e concluir quais as principais consequências e impactes identificados pelos mesmos.

Desta forma, a estrutura do questionário foi dividida por três partes distintas: Dados sociodemográficos; O evento “Santos Populares de Lisboa”; e os Impactes (socioculturais e ambientais).

Por ser praticamente impossível inquirir toda a população que já participou nos Santos Populares de Lisboa, ao todo a nossa amostra foi constituída por 120 pessoas, entre as quais estão incluídos apenas aqueles que conhecem e/ou já vivenciaram o evento, uma vez que mais facilmente conseguem identificar as consequências que mais se fazem sentir.

Numa primeira parte do inquérito foram colocadas questões relacionadas com os dados sociodemográficos com o objetivo de conhecer um pouco melhor o perfil da amostra recolhida; na segunda parte, as perguntas eram relacionadas com o evento e si de forma a compreender o grau de conhecimento e de participações que estes tinham no evento, sendo que a primeira pergunta: “conhece o evento Santos Populares de Lisboa?” possibilitou-nos validar ou não as respostas, sendo que, como anteriormente referido, só seriam válidas para o estudo respostas por parte de quem já tivesse vivenciado o evento; e na terceira parte, foram colocadas questões acerca dos impactes, de forma a concluir do ponto de vista dos inquiridos, quais as principais consequências e contributos sociais e ambientais que, nas suas opiniões, mais se refletem.

Por fim o tratamento dos dados da amostra recolhida foi feito através do programa *SPSS Statistics* e os resultados obtidos a partir dos inquéritos possibilitaram-nos posteriormente validar os objetivos anteriormente apresentados.

## **CAPÍTULO II – DESTINOS E EVENTOS EM TURISMO**

## 2.1 DESTINO TURÍSTICO

Neste estudo é abordado o destino turístico Lisboa e como tal, torna-se relevante apresentarmos o conceito de destino turístico.

Na literatura existente, apesar de não haver unanimidade na definição de destino turístico, são várias as definições desse mesmo conceito e em grande parte delas, apresentam elementos comuns. Na opinião de Cunha (2007), destinos turísticos são as localidades que dispõem de atrações possíveis à deslocação das pessoas e que, para satisfazer as suas necessidades, implicam intervenção humana. Já Lundberg (1990) apresenta de forma sucinta que se trata de um espaço geográfico com uma imagem comum.

Também Cooper (2008) assume destino turístico como sendo um local onde estão concentrados todos os serviços e condições necessárias para satisfazer as necessidades dos turistas. Tal como refere Valls (2004), tem de estar composto por uma série de elementos concebidos propositadamente para satisfação dessas mesmas necessidades.

Nesta investigação em particular, o destino turístico em questão é Lisboa, que, sendo capital de Portugal e uma cidade com um elevado fluxo de turistas, está naturalmente dotada de elementos imprescindíveis ao bem-estar social tais como infraestruturas, transportes, atrações, hospitalidade e serviços em geral que vão ao encontro daquelas que são as motivações e necessidades dos visitantes (Mill & Morrison, 2006).

Tendo em conta todos os conceitos acima apresentados, apesar das diferentes definições abordadas, podemos constatar que todas elas referem o facto de um destino, enquanto área geográfica, ser composto por serviços que gerem o desenvolvimento turístico e respondem às necessidades dos visitantes. No entanto, para além disso é igualmente importante referir que atualmente são cada vez mais os destinos que apostam em eventos como forma de alcançar mais turistas. Esta é também uma estratégia que pode ajudar a transformar a imagem de um destino e que acaba por contribuir para uma competição entre destinos (Liu, 2014; Hildebrandt, 2015).

Tal como referido em Ferreira (2001) destino turístico pode entender-se tanto como uma estância balnear ou um País. Este considera que para o território ser considerado destino turístico depende apenas de uma questão de escala e da satisfação de alguns requisitos fundamentais como:

- ✓ Acessibilidade e mobilidade interna;
- ✓ Atratividade para a realização de estadas turísticas;
- ✓ Oferta de alojamento, restauração e outros serviços para satisfazer a procura;
- ✓ Existência de atividades de recreio, lazer, desporto ou cultura e outros serviços de apoio capazes de preencher os tempos livres dos turistas, segundo as suas motivações;
- ✓ Notoriedade, reconhecimento e uma imagem forte nos mercados emissores de turistas;
- ✓ Existência de uma entidade planeadora e organizadora da atividade turística.

Após serem apresentadas definições existentes na literatura e apesar de a maioria dos autores terem elementos em comum nas suas explicações, a partir delas podemos constatar que o sucesso de um destino depende da sua capacidade de dar resposta às necessidades dos turistas. No entanto, apesar desta conclusão, não existe uma definição em concreto sobre o que é afinal um destino turístico.

Contudo, embora este seja realmente um conceito ainda bastante vago, é importante fazer-lhe referência tendo em conta que nesta investigação o destino turístico em análise será Lisboa, aquele que regista a maior afluência e fluxo de visitantes em Portugal.

## **2.2 PLANEAMENTO E O DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS**

O turismo é uma atividade que impulsiona o desenvolvimento dos destinos e que contribui para um uma série de oportunidades de gerar benefícios tanto a nível económico, como social, cultural e ambiental, e o planeamento turístico torna-se um importante instrumento para o alcance do desenvolvimento sustentável dos destinos. No entanto, se este não for adequadamente planeado, a partir desse desenvolvimento descontrolado poderão advir um conjunto de impactes negativos.

Segundo Edgell (2016) no passado, a importância do planeamento era subestimada pelas DMO's, tendo até sido identificados alguns casos de insucesso de destinos como consequência dos planeamentos estratégicos inadequados.

O planeamento estratégico torna-se deste modo um processo essencial no turismo como forma de gerir o produto e o desenvolvimento local, visando maximizar os benefícios e atenuar possíveis impactos negativos de forma a determinar o sucesso de um destino a longo prazo. Não se limita apenas a definir objetivos, como também a criar forma de como esses mesmos objetivos serão alcançados, contribuindo assim como auxílio às organizações e entidades e dinamizando o turismo local.

A nível de sustentabilidade de destinos, um planeamento adequado torna-se também fundamental, uma vez que é feita uma reflexão antecipada acerca da dinâmica de espaços e locais. E sendo Lisboa uma cidade em constante progressão, inclusive uma das cidades mais procuradas por visitantes internacionais, é sem dúvida importante o papel do planeamento tanto para o desenvolvimento da mesma, como para qualquer outro destino.

Na verdade, para que exista um desenvolvimento visível de uma região ou local, é necessário que antecipadamente tenha sido realizado um planeamento correto e estruturalmente bem pensado para que esse processo de evolução do destino ocorra como pretendido.

### **2.3 MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS**

Na opinião de Cunha (2009), o sucesso de um negócio turístico depende da sua capacidade de resposta às necessidades dos consumidores. O mesmo autor refere que caso um hotel responda às preferências e expectativas dos consumidores, prestando um determinado conjunto de serviços e proporcionando satisfação aos clientes, estão desse modo criadas as condições básicas para o seu sucesso.

Como citados por Correia (2007), é também referido por Beerli (2004) que a motivação é a necessidade que leva ao ato individual de forma a conseguir alcançar a satisfação desejada.

Os tipos de turismo estão interligados às motivações e interesses de cada um. Deste modo, podemos destacar que “os tipos de turismo são definidos pela relação entre as motivações

dos turistas e as emoções, de preferência as mais agradáveis proporcionadas pelas características dos recursos turísticos” (Vieira, 2015, p. 86).

De um ponto de vista geral, a motivação refere-se a uma necessidade intrínseca que impulsiona um indivíduo a adotar um comportamento específico para alcançar um estado de satisfação (Beerli & Martin, 2004).

A vontade de fugir à rotina, experienciar novas atividades e entretenimento, são algumas outras necessidades, não básicas, mas que são cada vez mais um requisito por parte dos mesmos.

Naturalmente que os turistas são movidos pela vontade de conhecerem novos lugares, novas pessoas e novas culturas. Contudo a motivação de cada um varia consoante aquilo que se procura em determinada altura da vida.

Segundo Kozak (2002) são vários os fatores que podem ter influência na escolha do destino. São exemplo disso a idade dos turistas, o vencimento, a personalidade e motivação, o custo, a distância e o risco da viagem. Contudo, tal como acima referido, a satisfação das necessidades pode também depender de outras variáveis psicológicas, sendo certo que o comportamento e certos propósitos dependem de pessoa para pessoa.

Para (Moutinho, 1987), devem considerar-se dois grupos de motivações:

- ✓ Motivações gerais, que implicam que os indivíduos viajem por diversas razões;
- ✓ Motivações específicas, que traduzem objetivos particulares para a escolha de um destino.

De facto, faz parte do ser humano ter vontade e curiosidade em conhecer novos sítios, o que o leva a procurar um ou mais tipos de turismo. De acordo com Vieira (2015) para definir um tipo de turismo é necessário indicar qual a motivação do turista, se (turismo de aventura, cultural, etc.) e o recurso que tem características que mais o atraem (turismo de montanha, de sol e mar, de natureza).”

Cunha (2009) refere ainda que quando uma pessoa se encontra insatisfeita procura aquilo que a satisfaça de maneira a tentar reduzir ou eliminar o seu estado de necessidade.

De acordo com Crompton (1979) quando se consideram períodos de férias estes devem-se a sentimentos de danos internos ou a exaustão promovendo as mesmas um tempo de restabelecimento.

“As férias são realizadas em resposta de um sentimento de dano interno ou exaustão e representam um período de restabelecimento.”

Quando o indivíduo viaja, espera adquirir e armazenar um “bem-estar interior” com os quais ele regressará enriquecido, regenerado e recarregado ao seu ambiente quotidiano (Crompton, 1979, p.411).

Para além de todas as necessidades e motivações do turista, existe um outro fator que tem vindo a apresentar uma crescente relevância.

Os turistas procuram destinos que apresentem uma diversificada oferta de restauração e estadia, mas, de acordo com Miranda (2012) procuram igualmente a resposta a necessidades básicas como a acessibilidade e a segurança.

Face a este pressuposto, Lisboa tornou-se nos últimos 10 anos a segunda cidade com maior crescimento em número de turistas. Segundo dados de um dos maiores sites internacionais de viagens, TripAdvisor, Lisboa foi considerado o destino com melhor relação preço-qualidade. O mesmo, revela também, de acordo com a opinião de turistas e viajantes, ser a cidade “mais amigável” entre as cidades europeia e a terceira a nível mundial, devido à simpatia e hospitalidade da população em geral.

O turismo em Lisboa desempenhou, deste modo, um papel de excelência nos últimos anos ultrapassando assim a maioria das metas definidas no Plano 2015-2019. Segundo os dados estatísticos do INE, a cidade recebeu desde 2018 mais de 7,4 milhões de turistas, o que equivale a cerca de 30% dos hóspedes no país.

Como salienta Vítor Costa, presidente da Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa, os dados “confirmam Lisboa como o grande motor do crescimento do turismo em Portugal”.

## **2.4 TURISMO DE EVENTOS**

Após analisada a definição e conceitos de turismo, é sem dúvida pertinente ao estudo apresentar igualmente o conceito de turismo de eventos. Foi a partir do século XXI que

se começou a falar em indústria dos eventos devido ao seu rápido e constante crescimento e evolução.

Segundo Getz (2005) eventos encontram-se estritamente ligados ao turismo e o papel dos mesmos no turismo teve início na década de 80. E a reação entre estes estabelece-se na própria natureza dos mesmos, enquanto acontecimentos num determinado momento e período específico. Como referido por Ribeiro e Ferreira (2009), é como um “*snapshot*” do modo de vida da comunidade e que adota nesse mesmo momento um comportamento diferente do resto do ano.

Tal como referido por Getz (2007) o turismo de eventos tem vindo a desenvolver-se cada vez mais, tornando-se um setor bastante competitivo. Esta evolução e competitividade devem-se, em grande parte, tanto ao caráter apelativo dos eventos, como à capacidade que cada lugar tem para a sua realização. Por motivos estratégicos, estas são as duas principais razões mais apreciadas pelo turismo e organismos públicos.

Existem inúmeros tipos de turismo. De acordo com Vieira (2015) os tipos de turismo definem-se pela relação entre as motivações e emoções dos turistas. Por esse motivo, ao definir o tipo de turismo, indicamos por norma, na sua designação, a motivação do turista ou o recurso que apresente as características mais atrativas para o mesmo.

Posto isto, Vieira refere ainda que devemos considerar o turismo de eventos, não como um subsetor do turismo, mas como um tipo de turismo autónomo.

Para os eventos serem bem-sucedidos, resultam do trabalho produzido por uma equipa de organização, pelo que, de acordo com Watt (2004, p. 16) “um evento é algo que acontece e não apenas existe (...) alguém deve fazer com que aconteça”.

Ao abordarmos o tema eventos e por termos considerado Lisboa como o local de análise do case *study*, torna-se fundamental referenciar a relevância do turismo de eventos em Lisboa.

Para além da relevância e contribuição para o desenvolvimento sociocultural e económico que o setor do turismo tem vindo a demonstrar ao longo dos últimos anos, também o setor dos eventos tem provado ser um excelente impulsionador e forma de dar uso às estruturas turísticas existentes.

De facto, as questões regionais assumem cada vez mais uma maior importância nesta atividade que é o turismo. E Lisboa, que será a cidade do estudo de caso desta

investigação, revela-se como um excelente exemplo a todos os níveis, pois é atualmente a nível nacional a cidade com mais turistas e, segundo o ranking do *Euromonitor International* (2019) está presente como uma das 100 cidades mais visitadas no mundo.

A região de Lisboa, dada a sua diversidade, apresenta uma multiplicidade de condições para ter uma oferta única, permitindo desta forma desenvolver nichos de mercado.

Lisboa é por vários autores normalmente comparada com a cidade de Barcelona e tem vindo a tornar-se num destino turístico de excelência a nível internacional.

A capital portuguesa detém uma imensidade de infraestruturas e equipamentos turísticos, conta com uma multiplicidade de atrativos culturais, históricos, ambientais, paisagísticos e, é por essas e muitas outras razões que é nos dias de hoje e, cada vez mais, um polo turístico em constante desenvolvimento.

É para além de toda a sua grandiosidade, uma cidade favorável à criação de novos produtos turísticos e que se vem destacando pelas suas condições propícias à realização do turismo de eventos.

A trajetória de dinamização da cidade foi impulsionada por dois principais eventos. Em 1994, a Capital Europeia da Cultura e, em 1998, a Exposição Mundial (Expo'98). “Estes dois grandes acontecimentos permitiram reforçar a imagem da cidade e atrair um capital económico e social de grande importância.”

No ano de 1994 Lisboa foi eleita a Capital Europeia da Cultura - o que a tornou mais notória - dando a conhecer todo o seu património e diversidade.

Com o aumento e a melhoria das infraestruturas na cidade, esta tem vindo a tornar-se das cidades europeias mais conhecidas, procurada para congressos e grandes eventos multidisciplinares e de diferentes naturezas.

Entre as grandes infraestruturas de Lisboa destaca-se o seu Centro de Congressos e o Altice Arena no Parque das Nações, com uma capacidade para 20 000 espetadores. Relativamente aos eventos de escala mundial, Lisboa é já também a eleita para a realização de grandiosos eventos tais como o *Web Summit* (desde 2016), o Rock in Rio e inúmeros festivais de música.

Lisboa é cada vez mais um destino adequado à realização de turismo de eventos e por ser uma cidade com excelentes acessos e infraestruturas, permite uma maior mobilização de pessoas, inclusive turistas. Para além disso, é uma cidade cheia de história e com uma

cultura muito particular que, por esse motivo, leva a que o evento dos Santos Populares seja comemorado há tanto tempo, permitindo captar uma imensidão de indivíduos a cada ano que é realizado.

Lisboa é escolhida para a concretização dos mais conhecidos e reconhecidos eventos, tendo já ganho prémios por parte de entidades reconhecidas como os *World Travel Awards* - onde Portugal é mencionado como “melhor destino do mundo” e Lisboa como “melhor cidade destino” e “melhor destino *city break*”, vencendo deste modo os denominados “*Óscares do Turismo*”.

É por este conjunto de razões que nos pareceu fundamental estudar um evento que apresenta uma origem cultural. Se Lisboa, como vimos, está já no topo da escolha de destinos, podemos e devemos investigar de que forma a vertente cultural dos Santos Populares, bem como os seus impactes, podem contribuir para fortalecer essa escolha.

### **CAPÍTULO III – EVENTOS COMO OFERTA CULTURAL**

### 3.1 A ORIGEM DOS EVENTOS

Uma vez que o elemento de análise deste estudo se centra na análise de impactes do evento Santos Populares na cidade de Lisboa, torna-se relevante percebermos qual a origem dos eventos e o seu desenvolvimento até à atualidade. Deste modo compreenderemos melhor os conceitos e história desta temática, de forma a clarificar o objeto de estudo.

A presença dos eventos remonta à Grécia antiga, no ano 776 antes de Cristo, com a realização dos primeiros Jogos Olímpicos. (Andrade, 1999) e, tal como citado em Albuquerque (2004), os primeiros Jogos Olímpicos na Grécia em 776 a. C. foram considerados um dos primeiros grandes eventos.

No entanto, as informações existentes na literatura sobre os primeiros eventos realizados são bastante contraditórias. Referem certos autores que a Santa Ceia foi o primeiro grande evento histórico. Mas, há quem considere que estes já existiam há muito mais tempo, desde a pré-história, quando os homens das cavernas se reuniam para estabelecerem rituais religiosos e comemorações.

Desde sempre que houve uma grande necessidade para o ser humano de organizar convívios e festejar acontecimentos especiais, por qualquer que fosse a motivação, desde o celebrar uma data religiosa, oferecer novas experiências e sensações, pronunciar uma situação de vitória, trocar conhecimentos e saciar necessidades intelectuais, ou até mesmo para convívio social (Matias, 2007); (Isidoro, 2013); (Vieira, 2015).

Ao longo dos tempos, as motivações para realizar e participar em acontecimentos foi-se alterando. Os eventos foram ganhando cada vez maior importância à medida que foram evoluindo e tornando-se mais atrativos.

Os eventos foram evoluindo de tal maneira que, na atualidade, em muitos casos já têm um grande impacto na economia local e nacional. A sua realização influencia diretamente diversas áreas de negócio e ramos de atividade, constituindo mesmo uma importante vertente estratégica de cidades, municípios ou regiões, por exemplo.

### 3.2 DEFINIÇÃO E CONCEITOS

Segundo o dicionário de língua portuguesa, um evento é definido como “acontecimento, sucesso, êxito”. No entanto, atualmente existem diversas definições sobre a palavra evento.

Embora a noção de eventos não possua um consenso global, pois não existe uma definição consensual, existem, no entanto, características comuns que são defendidas como parte integrante do seu significado e os tornam únicos. Para Shone (2010) as características são a singularidade, intensidade de trabalho, perecibilidade, intangibilidade, calendário fixo, interação e contacto pessoal, ambiente e ritual ou cerimónia.

No que respeita aos eventos, evidencia-se a questão temporal, que, segundo Pedro (2007) tem data de realização, uma hora de início e fim, e um local.

Já Vieira (2015, p. 18) refere que “os eventos são acontecimentos efémeros promovidos por qualquer tipo de empresas, organismos e instituições, organizados para comemorar uma data, para divertimento dos participantes ou por qualquer outra razão relacionada com a sua vida, a vida das empresas, a vida das cidades ou a vida de uma comunidade local, regional ou nacional.”

Eventos como uma concentração, referindo que são como uma reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades que se reúnem num local especial a uma certa data, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa e científica (Zanella, 2004).

Já para Watt (2004) um evento é algo que não “existe” apenas, mas sim que acontece realmente, mencionando ainda que esta é uma questão relevante, pois alguém deve fazer com que, de facto, este se realize.

O mesmo refere que todos os eventos são importantes, desde uma pequena reunião até acontecimentos internacionais, e todos devem receber a devida atenção.

Conforme podemos constatar em Getz (2008), um evento é então um acontecimento previamente planeado que, se recorrente, não deve ser realizado mais do que uma vez por ano. Tem objetivos definidos quer para o público-alvo, quer de desenvolvimento para os

organizadores, sendo por isso necessário haver pesquisa, planeamento e organização prévia que devem ser levados a cabo por uma equipa organizadora.

Tal como referido por Isidoro (2013, p. 15) “um evento é um acontecimento planeado que tem um lugar numa determinada data, num local pré-definido e numa hora previamente anunciada”.

Já segundo Britto & Fontes (2002, p. 20) evento é “uma ação profissional que envolve pesquisa, planeamento, organização, coordenação, controle e implementação de um projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados”.

Assim sendo, podem-se considerar eventos como acontecimentos que reúnem num certo local, pessoas que pretendem levar a cabo uma atividade.

Segundo Abrantes (2013) os eventos apresentam também determinadas características como:

- ✓ Acontecimento ou algo excecional;
- ✓ Fora da rotina diária das organizações das pessoas;
- ✓ Algo que causa impacto;
- ✓ Possibilita experiências únicas, para organizadores e seus consumidores;
- ✓ Pressupõe um conceito, um plano, uma organização e um gestor.

E relativamente à finalidade dos eventos, conforme Rocha (2011) os eventos podem ser classificados como:

- ✓ Eventos comerciais;
- ✓ Eventos culturais;
- ✓ Eventos desportivos;
- ✓ Eventos científicos/educacionais;
- ✓ De entretenimento/ lazer;
- ✓ Eventos sociais/particulares;
- ✓ Eventos políticos;

- ✓ Eventos institucionais.

Perante as características acima referidas, o evento Santos Populares, classificado como evento cultural, apresenta justamente particularidades como: ser um acontecimento que ocorre apenas uma vez por ano, que tem a capacidade de atrair locais e turistas (nacionais e não só), possibilitando de facto experiências únicas aos participantes/ visitantes sendo também considerado um potencial causador de impactes na cidade de Lisboa.

Posto isto, pelas referências apresentadas é seguro dizer que um evento é um acontecimento planeado, com um lugar definido e hora previamente anunciada, realiza-se com uma finalidade específica e deve gerar impactes positivos para que atinja os seus objetivos e seja bem-sucedido.

### **3.3 FESTIVIDADES E EVENTOS POPULARES**

As festas populares são eventos festivos caracterizados pela presença da tradição de cada região. Como tal, são realizadas de norte a sul do país e em datas específicas, sejam em homenagem a Santos ou festejos religiosos.

São elementos constitutivos da cultura popular todos os símbolos, crenças e festas que à sua identidade estejam associados. Por este motivo, é importante a preservação da cultura através das festas populares que anualmente se concretizam de modo a manter tradições e valorizar a cultura de uma forma animada e cheia de vida. Para além disto as festas populares são também um evento que acaba por contribuir para passar o tempo livre. Tal como refere Corbin (2001) o tempo pessoal contribui para a leitura daquilo a que chama a “cultura do pobre” e, à semelhança dos Santos Populares, estes contribuem igualmente para ocupação dos tempos livres e pessoais do “povo”, tendo em conta ser um evento que para além de retratar a tradição e os costumes da região, está também ao alcance de todos, por não ter qualquer custo para quem queira visitá-lo e assistir aos festejos.

Segundo o mesmo autor, referindo-se ao século XIX, menciona que o trabalho e o lazer formam um sistema em que qualquer alteração de um, irá afetar o outro. O tempo sem

trabalho era considerado apenas como um tempo de repouso e tempo morto (Corbin, 2001). Fazendo um paralelismo com o século XXI, o tempo disponível foi sendo cada vez mais valorizado e aproveitado de uma forma mais benéfica, pois, de facto, atualmente as pessoas têm uma ocupação do tempo livre e ócio que pode certamente estar ligado à cultura, tal como os Santos Populares estão.

Assim sendo, junho é desde há muitos anos lembrado como o mês dos Santos Populares com as festas e arraiais por todo o país nas noites de Santo António, São João e São Pedro onde estão anualmente presentes centenas de pessoas.

As principais e mais conhecidas festas são as de Lisboa, na noite de Santo António (de 12 para 13 de junho) e as festas do Porto, onde se comemora a noite de São João (de 23 para 24 de junho).

São alguns os autores que remetem as origens das festas populares a antigos rituais pagãos relacionados com o Solstício de Verão, que aconteciam um pouco por toda a cidade, com música, marchas, danças e gastronomia.

Com o passar dos anos, as festas, nomeadamente de Lisboa, vão-se adaptando e os programas são cada vez mais diferentes e inovadores. No entanto, existem desde sempre as típicas marcas incontornáveis que não podem deixar de existir, ano após ano, e que constituem a tradição popular da cidade. São de referir os casamentos de Sto. António, as marchas populares e o concurso das sardinhas.

Já é tradição, desde a década de 50 que em homenagem ao dom de casamenteiro do Santo, foi criado o concurso das noivas de Sto. António que veio permitir até hoje a celebração de inúmeros casamentos. Foi em 1958 que pela primeira vez se uniram 26 casais pelos casamentos de Sto. António. Esta iniciativa teve como principal objetivo proporcionar o casamento a casais com mais dificuldades financeiras e, hoje, ainda cumprindo a tradição, contribui para a identidade cultural de Lisboa.

Também as marchas fazem parte das festas populares. Remontam ao século XVIII e são uma das tradições portuguesas mais antigas da cidade de Lisboa, onde todos os anos descem pela Avenida da Liberdade centenas de marchantes, representando os seus bairros.

O concurso das sardinhas é outro hábito relacionado às festas populares, onde todos aqueles que se considerem criativos podem participar com a sardinha mais original. Este é um concurso promovido anualmente pela EGEAC desde 2011 que reúne dezenas de

sardinhas cheias de inspiração e que representam de uma forma original o típico alimento representativo destas festas.

### **3.4 IMPACTES SOCIOCULTURAIS E AMBIENTAIS DOS EVENTOS**

Com a expansão e aumento dos eventos a nível mundial, torna-se cada vez mais importante estudar os impactes que estes provocam nos destinos onde se realizam. Impactes esses que podem ser positivos ou negativos e que afetam direta ou indiretamente áreas como a economia, a cultura e o ambiente.

Como referido por Richards (2010, p.335), as razões para a importância do estudo dos impactes de um evento são:

- ✓ “A exigência de transparência e de responsabilização na aplicação de financiamento público.”
- ✓ “A motivação para contribuição de uma boa relação custo-benefício e de uma maior qualidade oferecida.”
- ✓ “A necessidade de se avaliar a possível contribuição de cada evento relativamente aos objetivos da cidade.”
- ✓ “A necessidade de se programar eficazmente a cidade.”
- ✓ “Justificar a utilização e distribuição de recursos públicos.”

A organização de grandes eventos em certos destinos permite que estes contribuam para a prosperidade económica, conduzam à promoção desses mesmos destinos e têm ainda a capacidade de combater a sazonalidade. No entanto, como acima referido, os eventos têm capacidade de gerar tanto impactes positivos como negativos. De seguida serão apresentados de uma forma genérica alguns impactes causados aquando da realização de um evento, apresentados segundo Bowdin, Allen, O’Toole, Harris, & McDonnell (2006):

**Tabela 2 - Impactes dos Eventos**

<b>Área de impacto</b>	<b>Impactos positivos</b>	<b>Impactos negativos</b>
<b>Social e Cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Vivências partilhadas</li> <li>o Revitalização de tradições</li> <li>o Fortalecimento do orgulho da comunidade</li> <li>o Legitimação de grupos comunitários</li> <li>o Aumento da participação da comunidade</li> <li>o Apresentação de ideias novas e desafiantes</li> <li>o Expansão de perspetivas culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Alienação e manipulação da comunidade</li> <li>o Imagem negativa da comunidade</li> <li>o Comportamento destrutivo</li> <li>o Abuso de drogas e álcool</li> <li>o Deslocamento social</li> <li>o Perda de conforto</li> </ul>
<b>Físico e Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Exposição do meio ambiente</li> <li>o Fornecimento de exemplos para melhores hábitos</li> <li>o Aumento da consciência ambiental</li> <li>o Legado de infraestruturas</li> <li>o Melhoria dos transportes e comunicações</li> <li>o Transformação e renovação urbana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Danos do meio ambiente</li> <li>o Destruição de património</li> <li>o Perturbação acústica</li> <li>o Engarrafamento</li> </ul>
<b>Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Prestígio Internacional</li> <li>o Melhoria do perfil</li> <li>o Promoção de investimentos</li> <li>o Coesão social</li> <li>o Desenvolvimento e capacidades Administrativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Riscos de insucesso</li> <li>o Desvio de fundos</li> <li>o Falta de responsabilidade</li> <li>o Propaganda enganosa</li> <li>o Perda de controlo comunitário</li> <li>o Legitimação de ideologias</li> </ul>
<b>Turística e Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Promoção do destino e incremento do turismo</li> <li>o Aumento do tempo de permanência</li> <li>o Maior lucratividade</li> <li>o Aumento da renda de impostos, geração de empregos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Resistência da comunidade ao turismo</li> <li>o Perda de autenticidade</li> <li>o Danos à reputação</li> <li>o Preços inflacionados</li> <li>o Custos de oportunidade</li> </ul>

Fonte: Bowdin et al., (2006, p.38)

Ambrecht (2016) considera que a investigação dos impactes dos eventos tem sido o ponto fulcral dos estudos sobre eventos. Contudo, são na grande maioria estudados os impactes económicos.

Posto isso, uma vez que até à data a maior parte dos estudos existentes se focam maioritariamente na vertente financeira, é igualmente importante estudarmos também outras vertentes que não essa. Por esse motivo, este estudo terá por base dois outros alvos de análise: impactes ambientais e socioculturais. Serão estas as duas categorias aqui apresentadas mais aprofundadamente e, para complementar a pesquisa, foi realizado um inquérito onde são abordadas estas temáticas, cujos resultados serão apresentados no capítulo seguinte, analisando em concreto o evento Santos Populares.

## **Impactes ambientais:**

Aquando da realização de um evento, este pode causar efeitos tanto na sociedade como no destino em si, pois tal como refere Getz (2007) os eventos planeados têm sempre um propósito, o que significa que alguns dos resultados são desejados. No entanto, é possível que outros aconteçam e sejam imprevisíveis e negativos.

Para que os eventos aconteçam, é necessária a ocupação de um espaço, o que vai implicar modificações tanto a nível ambiental como paisagístico e, para além disso, é também associada, principalmente a grandes eventos, a necessidade de um enorme consumo de recursos para que estes ocorram da maneira pretendida.

Consoante o tipo, (dimensão e localização dos eventos) cada um implica diferentes tipos de impactes ambientais. Alguns dos impactes negativos que mais se fazem sentir, também reconhecidos por Getz (2007) e Bowdin (2006) como na tabela acima referidos, são nomeadamente a poluição atmosférica, congestionamento do tráfego, danos ecológicos, destruição do património, perturbação sonora e produção de resíduos sólidos urbanos.

Em contrapartida os eventos conseguem também oferecer muitos benefícios não só à atividade turística como ao meio ambiente. São particularmente o fornecimento de exemplos de boas práticas ambientais contribuindo para o aumento da consciencialização ambiental, a construção e melhoria de infraestruturas, melhoria dos transportes e comunicações, requalificação urbana e incentivo ao uso de práticas ecológicas.

Segundo a Agência Portuguesa do Ambiente (2014), impactes ambientais são alterações do estado normal do meio ambiente e têm como causa uma atividade humana. Como tal, este deve ser sempre um fator a ter em conta quando se planeia um evento.

Lisboa foi em 2018 distinguida como a Capital Verde Europeia 2020 e, esta distinção resulta da avaliação de um conjunto de especialistas internacionais que visam avaliar a sustentabilidade das localidades. Fernando Medina, Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, referiu que este título atribuído à cidade se destina principalmente a “fazer mais” pela melhoria da qualidade de vida da mesma e, desse modo, o objetivo será fazer mais no domínio de parques verdes, da água e da mobilidade sustentável.

É ainda de sublinhar que Portugal tem vindo a apostar cada vez mais no ambiente e combate às alterações climáticas. É por este facto que, durante todas as fases de um

evento, se torna necessário executar uma análise do mesmo por forma a tentar minimizar possíveis consequências que possam advir. Devem-se maximizar as potencialidades do evento, de forma a apostar cada vez mais em políticas ambientais que certamente irão contribuir para uma imagem melhorada da cidade de Lisboa. Estes são apontamentos certamente vitais e que muito podem contribuir para um maior sucesso do tipo de evento por nós estudados, os Santos Populares.

### **Impactes socioculturais:**

Torna-se fundamental abordar também os impactes socioculturais dos eventos, tendo em conta que, na sua maioria, são inúmeros os benefícios que estes têm capacidade de causar nas comunidades locais e destinos onde se realizam.

Alguns dos impactes positivos também apresentados pelos mesmos autores anteriormente referidos, Getz (2007) e Bowdin (2006), são contributos como a partilha de experiências, aumento da participação da comunidade local, revitalização de tradições, expansão de perspetivas culturais, fortalecimento de valores regionais e orgulho da comunidade. Para além disto, Deng & Li (2014) referem também que os eventos têm a capacidade de dar aos turistas a possibilidade de estes terem um contacto mais próximo com a comunidade local e com os seus estilos de vida, tema este que será abordado nas conclusões do estudo de caso desta investigação.

Apesar de os eventos serem muitas das vezes usados como promotores de destinos e conseguirem dar vida aos locais onde se realizam, bem como gerar orgulho por parte dos residentes, Pavlukovic (2017) podem de certo modo causar alguns impactes negativos nessa mesma comunidade que os acolhe. Torna-se desta forma relevante que exista um equilíbrio entre os impactes benéficos e os menos benéficos para que uns não se sobreponham aos outros.

Os impactes socioculturais negativos normalmente associados são a possível imagem negativa da comunidade e perda da identidade, comportamentos destrutivos e aumento da criminalidade, sobrecarga das infraestruturas e a possibilidade de a comunidade local não interagir com os visitantes.

Posto isto, estes são fatores que não devem de forma alguma ser esquecidos quando é ponderada a realização de um evento, pois os destinos são procurados por diversas razões, entre elas a sua identidade e a segurança. O facto de um destino não ser considerado seguro e transmitir uma imagem negativa, provoca tanto mal-estar nos habitantes locais e sociedade em geral, como contribui para a não escolha por parte dos turistas.

### **3.5 IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O TURISMO**

A relação entre eventos e turismo é bastante forte e tem já algumas raízes históricas. Deste há muitos anos para cá que as pessoas se deslocavam para outros locais, com o intuito de usufruir e participar em grandes eventos como por exemplo desportivos, religiosos e comerciais.

Alguns dos eventos que são já comemorados há muitos anos, são ainda hoje célebres e têm um enorme impacto no turismo, não só pela notoriedade que oferecem aos destinos, como também pelo aumento da procura e oferta de serviços turísticos.

“A realização de eventos, sobretudo de maior dimensão e visibilidade, porque são facilitadores da prática e de atos turísticos por parte dos seus participantes como a compra de serviços de alojamento, de restauração, de animação e de transportes, geram importantes efeitos na cidade e na região e destino onde se realizam” (Vieira, 2015, p. 84).

Os objetivos de cada evento são previamente estabelecidos e, ao se concretizarem, haverá a necessidade de recorrer a certos serviços que, conseqüentemente, irão criar postos de trabalho. No entanto, os eventos têm vários propósitos. Para além de terem a capacidade de potenciar o convívio entre os participantes e serem uma forma de entretenimento, possibilitam desenvolver turisticamente a cidade ou região onde se realizam e melhorar de certa forma um conjunto de questões como: combater a sazonalidade, melhorar a imagem de um destino e tornar-se um verdadeiro apoio para a economia local.

Como referido pela OMT (2003) o mercado de eventos tem-se tornado um segmento altamente especializado e relevante para o setor turístico. Tem vindo a registar uma

enorme importância para o turismo e hotelaria, podendo-se considerar um forte estimulador para o crescimento da procura. Pois quanto mais um destino se desenvolve, mais atrativo se torna.

A realização de eventos é também uma oportunidade de promoção de hábitos gastronômicos e culturais de cada destino, contribuindo dessa forma para experiências vividas pelos turistas (Simões, 2012).

Deste modo, os eventos podem ter um papel fundamental na escolha de um destino turístico e na influência de decisões de potenciais visitantes. Bom exemplo disso são os megaeventos, que são como estratégias de promoções das cidades ou países onde se realizam e que de certa forma favorecem a imagem desse mesmo local e potencializam o turismo.

Também para que isto aconteça é necessário um investimento no desenvolvimento das regiões, como melhoria de infraestruturas, construção de espaços e planejamento turístico. Tal como referenciado por Gonçalves (2017), depois de satisfeitas as necessidades básicas de sobrevivência, são as expectativas e realização pessoal que mais contribuem para as experiências turísticas.

Posto isto, podemos referir que os eventos são atrações turísticas que dinamizam diversos setores, desde a restauração à hotelaria e que contribuem para o aumento da atratividade do destino.

### **3.6 EVENTOS CULTURAIS**

#### **3.6.1 Características dos eventos culturais**

Para se analisar com clareza o evento em questão, é fundamental percebermos quais as características que aos eventos culturais estão associadas, considerando que o objeto de estudo desta investigação é precisamente um evento cultural.

Atualmente, os eventos tornaram-se um componente bastante significativo na imagem e marca dos destinos (Jago, 2003). E, os eventos, culturais em particular, são eventos de

grande escala e as suas atividades contribuem para a vida cultural e social das pessoas (Pedro, 2007).

Segundo fonte do Ministério do Turismo Brasileiro (s.d.) “Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de património, incluindo-se nesta categoria os eventos gastronómicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato e outros.”

Os eventos culturais são de facto aproveitados pelas localidades, com o objetivo de se afirmarem como a sua imagem de marca, tendo desta forma um papel importante no fortalecimento da imagem e promoção de um destino.

Temos por exemplo o Festival do Chocolate em Óbidos e justamente o evento a estudar nesta investigação- Santos Populares, em Lisboa. Estes tipos de festividades funcionam como um elemento promotor do destino, de forma a aumentar a atratividade e consequentemente captar turistas.

As festas e/ou festivais, que englobam a tradição, são geralmente descritos como autênticos ou inautênticos, dependendo se esses eventos são realizados ou não pela comunidade local segundo a tradição (Mccartney & Osti, 2007, pp. 25-40).

Este tipo de eventos tem de se focar em factos culturais e: ocorrem em locais específicos e em determinados momentos; têm um número significativo de público; e têm uma série de agentes que são afetados pelos eventos, ou que, em contrapartida os podem afetar (Marques, 2011).

Os eventos culturais não só valorizam o património como promovem os bens materiais e imateriais de uma região estando normalmente associados às tradições de cada localidade.

Note-se que muitos dos eventos culturais envolvem como temática principal o uso dos costumes e (re)criações das tradições. Deste modo, a autenticidade dos eventos “é ligada à reprodução mais fiel e detalhada quanto possível à sua forma original de rituais e traços culturais” (Mccartney & Osti, 2007).

### **3.6.2 As festas populares: impactes e contributos**

As festas populares são um evento que se realiza há dezenas de anos e tal como os eventos culturais em geral, tem a capacidade de transmitir a cultura da região a quem a visita e, de certa forma, é considerado uma boa maneira de não perdermos a nossa história e costumes. Este tipo de evento atrai a população local e todos os que têm vontade de conhecer e vivenciar aquele que é o mais particular lado tradicional português.

Segundo João Gabriel, coordenador de patrocínios da empresa EGEAC, as festas populares de Lisboa são isso mesmo e têm contribuído para alguns setores de atividade, referindo ainda que o programa dos festejos é cada vez mais diversificado e multicultural, o que contribui para a promoção da cidade de Lisboa e do próprio país.

De acordo com Ribeiro (2005), para além dos benefícios económicos que este tipo de eventos pode gerar, contribui também para um maior dinamismo e uso de espaços a nível de comércio, alojamento, restauração e para a preservação do património cultural e artístico. Ajudam a projetar Lisboa como um destino turístico e desse modo contribuem a um maior movimento no setor do turismo, atraindo pessoas de todo o país e estrangeiro.

Podemos ainda referir que, ao captarem visitantes, as festas de Lisboa divulgam atrativos da cidade e dessa forma estimulam a possível repetição de visita.

Este tipo de eventos permitem captar a atenção para as regiões onde se realizam, neste caso Lisboa, e satisfazem as necessidades de lazer dos próprios habitantes locais.

Para além de tudo isto, as festas populares são um evento em que é notória a cooperação entre habitantes da zona nos enfeites das ruas e, onde se promove um relacionamento entre os residentes e visitantes/ turistas.

Contudo, apesar desta capacidade de gerar impactes positivos, existem também alguns impactes negativos associados a este evento. Apesar dos benefícios financeiros e sociais, durante os períodos festivos são alguns os impactes menos bons que afetam tanto aqueles que frequentam a cidade, como o próprio meio ambiente.

O principal problema que a comunidade enfrenta na altura de pré-evento é o caso dos congestionamentos que se geram durante a organização do mesmo, já referia Getz (1991) e, durante o período em que o evento decorre, outra grande questão é o caso do barulho nas ruas até horas tardias.

Apesar destes impactes, que naturalmente incomodam a população, existe um outro, de enorme relevância, que nos afeta direta ou indiretamente e que é um dos principais objetos de estudo desta investigação - os impactes ambientais.

Os Santos Populares são dos eventos que mais tradição têm em Portugal. Com a crescente preocupação ambiental que se vive atualmente, estes não precisam nem deve continuar a ser sinónimo de desperdício, de lixo e de plástico.

Pelo motivo apresentado, na Mouraria, um dos bairros onde o evento acontece vai ter pela primeira vez, na edição de 2019, um arraial que pode ser considerado ecológico.

Esse arraial, organizado pela Associação Renovar a Mouraria, onde toda a loiça utilizada é biodegradável, não permite a utilização de plástico descartável e toda a decoração da festa é constituída por materiais reutilizados.

Esta mesma associação criou recentemente o projeto Mouraria Composta que visa incentivar a promoção da sustentabilidade ambiental e reduzir o impacte da pressão urbana, do turismo e consequentemente de produção de resíduos.

Posto isto, com o objetivo de que todos os outros bairros e a própria Camara Municipal de Lisboa se comprometam a atuar numa vertente mais ecológica, principalmente na fase que antecede o evento dos Santos Populares, torna-se fundamental estudar o tipo de impactes existentes e perceber se, num futuro próximo, são ou não tomadas medidas e encontradas soluções para que este seja um evento mais sustentável e a cidade seja a mais atrativa.

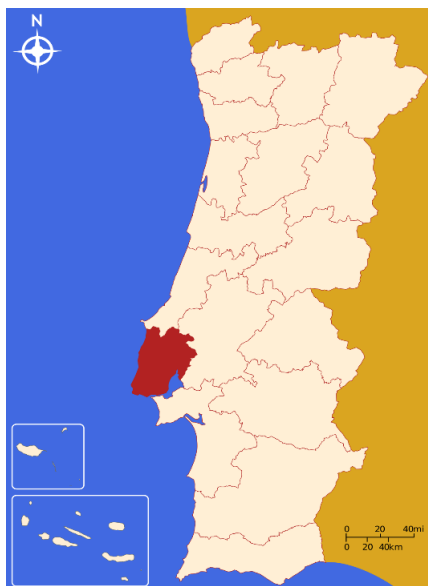
## **CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO**

#### 4.1 BREVE APRESENTAÇÃO DE LISBOA

Lisboa, capital portuguesa, situa-se a norte do rio Tejo. É uma cidade do litoral, banhada pelo oceano Atlântico e a mais ocidental e antiga da Europa Continental.

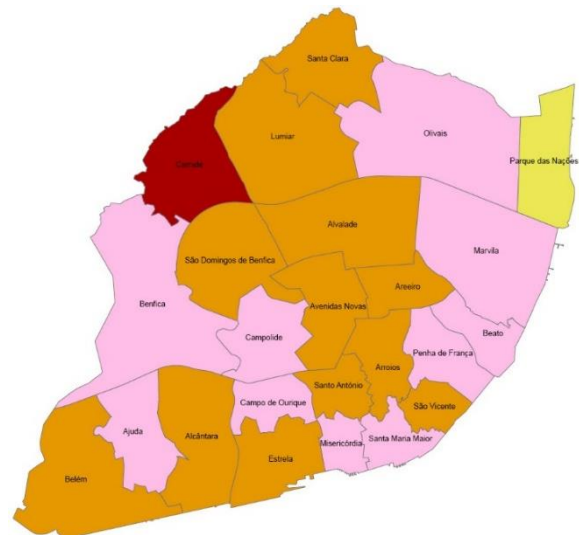
Em 1755 foi destruída praticamente na sua totalidade e desde então reconstruída, tornando-se uma capital distinta de muitas outras pela sua diversidade, oferta cultural e características que a tornam tão especial - cada vez mais apreciada e reconhecida.

**Figura 5 - Mapa de Portugal**



Fonte: Google images

**Figura 6 - Mapa das freguesias de Lisboa**



Fonte: Google images

Assistimos hoje a uma cidade cheia de contrastes e misturas arquitetónicas, notória pelas suas largas avenidas e áreas modernas que coabitam com bairros históricos e pitorescos onde cada beco e cada recanto têm uma história para contar. Em Lisboa, a boa gastronomia, a ampla gama de alojamentos, o rico cartaz de animação cultural e a inovação tecnológica são fatores que certamente contribuem para a crescente fixação de novos residentes oriundos de todo o globo e para um fluxo turístico que tem consecutivamente batido novos recordes.

Lisboa conta com 506 654 habitantes (Pordata, 2018) e está dividida em 24 freguesias: Ajuda, Alcântara, Alvalade, Areeiro, Arroios, Avenidas Novas, Beato, Belém, Benfica, Campo de Ourique, Campolide, Carnide, Estrela, Lumiar, Marvila, Misericórdia, Olivais, Parque das Nações, Penha de França, Santa Clara, Santa Maria Maior, Santo António, São Domingos de Benfica e São Vicente.

Como está junto ao mar, apresenta ótimas temperaturas ao longo do ano, onde raramente descem dos 15°. É também este um dos motivos que leva os turistas a visitar Portugal, nomeadamente Lisboa, pois é considerado um destino de sol e mar e que possibilita uma viagem com temperaturas agradáveis em qualquer época do ano.

Lisboa é um dos locais do país que conta com mais eventos, sendo milhares ao longo do ano, desde eventos culturais, a gastronómicos, desportivos, sociais ou políticos que são uma forma estratégica de atrair turistas e visitantes à cidade.

Em termos turísticos é considerado dos melhores destinos. Conta com uma boa gastronomia, preços competitivos, excelentes acessos que permitem a deslocação facilitada dos turistas e dispõe ainda de uma diversificada oferta cultural.

É em Lisboa que encontramos dos mais emblemáticos monumentos que marcam a história de Portugal como:

- ✓ Mosteiro dos Jerónimos
- ✓ Padrão dos Descobrimentos
- ✓ Torre de Belém
- ✓ Castelo de São Jorge
- ✓ Praça do Comércio
- ✓ Sé de Lisboa
- ✓ Elevador de Santa Justa
- ✓ Panteão Nacional
- ✓ Basílica da Estrela
- ✓ Palácio Nacional de Belém, entre muitos outros.

Por tudo isto, Lisboa assume cada vez mais uma maior importância no mapa do turismo global.

#### **4.2 EVENTOS CULTURAIS DE LISBOA**

Como referido anteriormente, os eventos culturais trazem inúmeras vantagens aos destinos onde se realizam. Assim sendo, torna-se pertinente para o estudo dar a conhecer quais as iniciativas mais relevantes que ocorrem em Lisboa para além dos Santos Populares (também referidos na lista). Tendo em conta a agenda cultural de Lisboa, são dezenas os eventos culturais que ocorrem na capital e, como tal, segue-se uma breve apresentação das iniciativas consideradas mais relevantes, pela CML. Posto isto, será apresentado um evento por cada mês.

Primeiramente ocorre no mês de janeiro o evento “Kino - mostra de cinema de expressão alemã”. A Kino apresenta anualmente nas cidades de Lisboa, Porto e Coimbra as mais recentes produções cinematográficas da Alemanha, Áustria, Luxemburgo e Suíça. Tem como principal objetivo, desde o ano 2004, focar-se nas tendências cinematográficas e exibir uma escolha de filmes dos mais importantes festivais do cinema alemão. E, para além disso, este evento foca-se igualmente em questões políticas e sociais da atualidade.

De seguida, no mês de fevereiro acontece o “*Play* - festival internacional de cinema infantil e juvenil de Lisboa”, um festival que é realizado há seis edições na cidade de Lisboa e apresenta as mais novas produções cinematográficas, dedicadas às crianças. É um evento unicamente exclusivo e dedicado aos mais novos, onde as crianças poderão desfrutar de curtas e longas-metragens e participar em ateliês de cinema e animação.

No mês de março Lisboa conta com o “*MIL- Lisbon International Music Network*”. O MIL é um festival que ocorre anualmente no mês de março, focado em espalhar música atual para novos mercados de todo o mundo. Considerada como plataforma de intercâmbio, o MIL promove um programa artístico cujo foco principal é a ligação dos mercados da música da Europa, América do Sul e África.

No mês de abril concretiza-se anualmente no Centro Cultural de Belém o festival d'Os Dias da Música dedicado aos mais icônicos artistas, músicos, dramaturgos e poetas como foi o caso de *William Shakespeare* na edição de 2019.

Em seguida, já no mês de maio acontece a famosa feira do livro, que ocorre todos os anos no icônico Parque Eduardo VII onde todos os dias do evento estão à venda centenas de livros a preços reduzidos e onde se podem contar com imensas atividades ao longo de todos os dias do evento, desde concertos a sessões de autógrafos e workshops.

Passando para o mês de junho, este é o mês em que são concretizados dois dos maiores acontecimentos em Lisboa. Um deles é o Rock In Rio, o maior evento de música e entretenimento do mundo, capaz de atrair milhares de espetadores e turistas à cidade. No entanto, este só acontece no Parque da Bela Vista de dois em dois anos e, por esse motivo, não foi referido pela CML como o principal evento do mês. Sendo de que o evento referenciado foi justamente os Santos Populares de Lisboa, que como mencionado anteriormente, é o objeto de estudo de toda esta investigação.

Um mês depois, no mês de julho acontece o Festival ao Largo. O Festival ao Largo é precisamente realizado num largo, largo de São Carlos no Chiado onde a ópera, e orquestras sinfónicas e todo universo musical são o palco deste festival. O programa é bastante composto, de entrada livre e este ano conta já com a 11ª edição sendo que já estão asseguradas edições até 2021.

Passando para o mês de agosto, o evento com mais relevância é o “Lisboa na rua”. Lisboa na rua é um programa que traz até à cidade várias propostas culturais, organizadas ao ar livre, de entrada gratuita e em várias praças, jardins e bairros lisboetas. Esta iniciativa contou na edição deste ano, 2019, com uma biblioteca ao ar livre no jardim do Palácio Pimenta no Campo Grande, as manhãs de domingo contam com sessões onde se contam histórias dedicadas aos mais novos e, aos sábados o Palácio foi palco para encontros de *jazz*. Para além disto é possível usufruir igualmente de concertos de fado, dança e cinema.

De seguida já no mês de setembro é celebrado o “Festival TODOS” que acontece anualmente em Lisboa e contou em 2019 com a sua 11ª edição. O lema do evento é “avizinhar o mundo”, ou seja, unir sotaques e sabores de todos os continentes. Assinalou este ano os 10 anos do festival e aborda questões como racismo, diferenças culturais, questões de género e alterações climáticas associadas à sustentabilidade. Estão também

incluídas no programa outras atividades como música, teatro, dança, fotografia, performances, arte urbana e gastronomia.

Já no mês de outubro, Lisboa conta com o “DocLisboa”, considerado é o único festival de cinema em Portugal dedicado exclusivamente aos documentários. Já trouxe até Lisboa famosos cineastas e conta em cada edição com um programa cada vez mais completo onde são exibidos mais de 150 filmes.

No mês de novembro ocorre o “Lisbon & Sintra Film Festival” que celebra o cinema e a arte. O cinema é uma criação artística e este evento acontece precisamente com o objetivo de expor e explorar esta que é chamada de Sétima Arte. Apesar disso este festival pretende também transformar Lisboa num “ponto de encontro” em que todos os anos se juntam aqueles para quem o cinema é um momento de reflexão, criação e entretenimento.

Por fim, no mês de dezembro, como não podia deixar de ser, é celebrado o Natal com o evento “Natal em Lisboa”. É um evento realizado precisamente com o objetivo de comemorar a quadra natalícia. Juntamente com a CML, a EGEAC apresenta todos os anos atividades gratuitas para toda a família. Destinado a todas as idades, o programa deste tradicional evento conta com concertos de ópera, música clássica, visitas guiadas ao Centro Ismaili e à Comunidade Hindu.

Posto isto, podemos constatar que a data de realização do evento dos Santos Populares é de facto a mais relevante, pois comparando com todos os outros eventos culturais que se concretizam ao longo do ano, este é sem dúvida o mais popular e que melhor representa os costumes e tradições portuguesas, nomeadamente lisboetas. É uma comemoração que tem vindo a permanecer ao longo dos anos e é certamente um dos acontecimentos mais mediáticos e representativos da cidade de Lisboa.

### **4.3 O EVENTO SANTOS POPULARES DE LISBOA**

O mês de junho é o mês dos Santos Populares, evento este que ocorre anualmente por todo o país, para comemorar as noites de Santo António, São João e São Pedro.

Esta é já considerada uma tradição em Portugal e, particularmente em Lisboa, é um evento organizado pela EGEAC em parceria com a Câmara Municipal, desenvolve-se todos os anos pelos bairros históricos da cidade, sobretudo em Alfama, Bairro Alto, Bica, Graça e Madragoa. Para Cordeiro (2016) a capital pode até ser intitulada como uma cidade de bairros, pois cada um simboliza a construção de cultura do popular urbano que teve lugar ao longo do século XX.

O evento é comemorado durante todo o mês de junho, com destaque para a noite de 12 para 13, que é dedicada ao santo padroeiro Santo António.

Apesar de não ser o santo padroeiro da cidade, nasceu em Lisboa e é uma das mais emblemáticas figuras, não só para os lisboetas como para todos os portugueses. Tal como referido por Vieira (2012), reza a lenda que quando ainda era novo, pedia esmolas na rua para ajudar as raparigas que estavam prestes a casar e que não tinham dinheiro para o dote. É assim que ainda atualmente é conhecido, e é por esse mesmo motivo que são todos os anos comemorados os emblemáticos casamentos de Santo António.

Por se ter tornado o padroeiro popular, todos os anos, no dia 13 do mês de junho, ocorre a tradicional procissão em sua homenagem percorrida pelo bairro de Alfama, propositadamente junto à Sé onde este nasceu. Segundo Rodrigues (2012), ainda atualmente podemos ver que na entrada da igreja se encontra um quadro do Santo com uma caixa de esmolas, onde os fiéis e peregrinos podem deixar um pequeno contributo para o “pão dos pobres”.

Com o passar dos anos, as festas, nomeadamente de Lisboa, vão-se adaptando e os programas são cada vez mais diferentes e inovadores. No entanto, existem desde sempre as típicas marcas incontornáveis que não podem deixar de existir, ano após ano, e que constituem a tradição popular da cidade.

O evento é verdadeiramente conhecido por dois grandes elementos fulcrais: As marchas populares e a sardinha assada.

As marchas populares remontam ao século XVIII e são uma das tradições portuguesas mais antigas da cidade de Lisboa, onde todos os anos descem pela Avenida da Liberdade centenas de marchantes, representando os seus bairros. Estes, competem pela melhor marcha, enchendo toda a rua de centenas de visitantes, música, trajes coloridos e arcos bem embelezados de acordo com um tema alusivo ou histórico referente ao respetivo bairro.

Também outro dos principais símbolos ligados às festas dos Santos Populares são os famosos manjericos. O manjerico faz parte dos arraiais e, segundo a tradição, no dia do Santo, os namorados devem oferecer um manjerico às suas companheiras com um cravo feito em papel e a colorida bandeira com uma quadra popular alusiva à ocasião e ao amor. Para além desta simbologia, fazem também parte das Festas de Lisboa os conhecidos “casamentos de Santo António”, tal como referido anteriormente. Tradição desde a década de 50, em homenagem ao dom de casamenteiro do Santo, foi criado o concurso das noivas de Sto. António que veio permitir até hoje a celebração de inúmeros casamentos. Foi em 1958 que pela primeira vez se uniram 26 casais pelos casamentos de Sto. António, e esta iniciativa teve como principal objetivo proporcionar o casamento a casais com mais dificuldades financeiras. Hoje, ainda cumprindo a tradição, estes contribuem para a identidade cultural de Lisboa.

Contudo, também a decoração da cidade e típica gastronomia não podiam passar inadvertidas tendo em conta toda a proporção do evento. A sardinha, como já anteriormente referido, é uma das principais simbologias dos Santos Populares e, por esse motivo, é outro hábito relacionado a estas festas: o “concurso das sardinhas”, onde todos aqueles que se considerem criativos podem participar com a sardinha mais original. Este é um concurso promovido anualmente pela EGEAC desde 2011 que reúne dezenas de sardinhas cheias de inspiração e que representam de uma forma original o característico alimento representativo das festas populares.

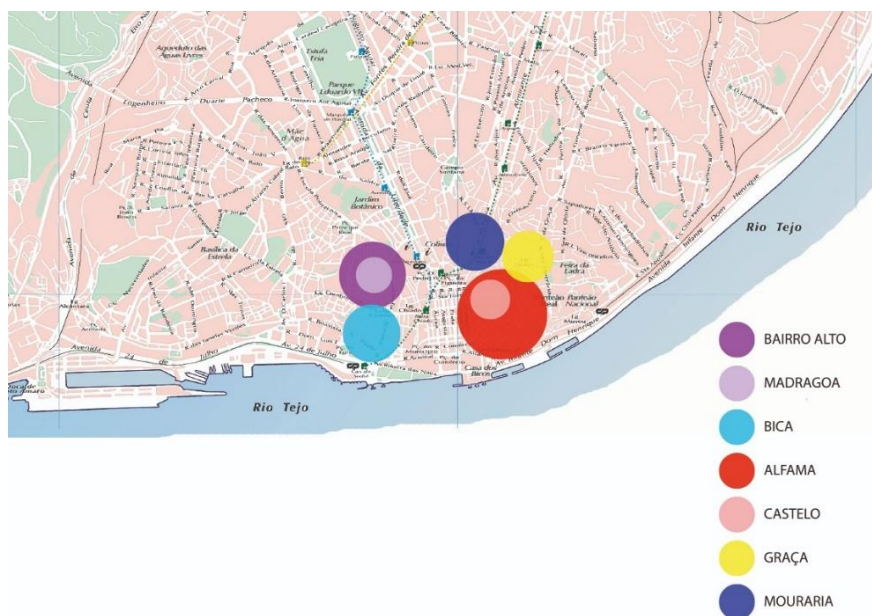
Apesar de este ser um evento muito tradicional e que geralmente segue os mesmos moldes desde a sua raiz até à atualidade, todos os anos são criados programas especiais. Para além de toda a cultura popular envolvente, faz também parte da programação a cultura contemporânea e no castelo de São Jorge, outro grandioso ícone da cidade, surgem atuações de importantes nomes do fado e grandes referências no mundo da música portuguesa.

### 4.3.1 Onde acontecem

Lisboa está repleta de bairros diferenciados e cheios de história, considerados a essência da cidade.

Apesar de serem mais de 100, é importante referir que serão abaixo mencionados os principais e mais emblemáticos bairros da capital, onde nomeadamente ocorre anualmente o evento Santos Populares.

**Figura 7 - Mapa dos bairros de Lisboa**



Fonte: Elaboração própria

#### **Alfama**

Alfama é o bairro mais antigo e tradicionais de toda a cidade de Lisboa e encontra-se situado na encosta que desce desde o famoso Castelo de São Jorge até ao rio Tejo.

A origem do nome “Alfama” deriva da palavra al-hamma (que significa fonte de águas quentes, águas boas) e é datada da época da ocupação dos mouros na região, que pela grande influência que tiveram na cidade, é comum identificar na arquitetura de Alfama as características árabes.

O bairro preserva as suas ruas estreitas e apresenta um clima de aldeia antiga, quase considerada medieval, pois está repleto de casas cheias de cor e com o típico azulejo português, que acabam por ser consideradas um elemento da sua identidade. Para lá chegar é também conhecido o “elétrico 28”, que se torna especial por não ter sido modernizado, mantendo assim as características originais e tornando-se uma verdadeira atração turística.

Hoje em dia, Alfama é dos bairros mais visitados pelos turistas que vagueiam pelas ruas repletas de casas de fado, arquitetura antiga e restaurantes, que são cada vez mais, naquele que é um dos pontos turísticos mais percorridos de Lisboa.

É também em Alfama que é festejado no mês de junho a noite de Santo António, onde as ruas se enchem de pessoas, sardinhas e elementos decorativos ao longo das janelas e varandas.

Apesar de toda a sua simplicidade e história, Alfama conta também atrações turísticas muito notórias como é o caso da Sé de Lisboa, igreja de São Vicente de Fora, o Miradouro das Portas do Sol e Castelo de São Jorge que assume uma das mais bonitas vistas da cidade.

## **Bica**

O bairro da Bica é um dos mais visitados por toda a cidade. Teve origem em 1597 e encontra-se entre o Bairro Alto e o Cais do Sodré e o nome “Bica” deriva de uma bica, propriedade de Duarte Belo (comerciante), construída no século XVII.

O bairro apresenta uma fabulosa vista sobre o Rio Tejo e os coloridos edifícios conhecidos pela imensidade de vasos de flores e roupas estendidas nas antiquadas varandas. É, portanto, um dos bairros mais conceituados do coração de Lisboa e um ponto turístico obrigatório para quem visita a cidade.

A principal referência deste bairro é o seu elevador que sobe e desce diariamente aquela que é a íngreme rua da Bica que faz o trajeto desde o Largo do Calhariz até à Rua de São Paulo.

É tal como Alfama um bairro tradicional e onde as ruas se enchem na noite mais emblemática do mês de junho- noite de Sto. António. Juntam-se moradores com turistas e visitantes para festejar o arraial onde não faltam bebidas, sardinhas e animação.

## **Bairro-Alto**

O famoso Bairro-Alto é um dos bairros mais antigos de Lisboa, criado em 1513. É um dos mais pitorescos da cidade, mas tem uma grande particularidade, pois torna-se num verdadeiro espaço de diversão noturna.

Localiza-se na 7<sup>a</sup> colina de Lisboa e é maioritariamente habitado por idosos, o que contribui para aquele típico ambiente tradicional. No entanto, este, muda verdadeiramente do dia para a noite, sendo que de dia é bastante calmo e tranquilo, e, de noite, dá lugar a um local de grande movimentação de pessoas, na sua maioria jovens, que para ali se deslocam.

Posto isto, a vida deste bairro começa quando o sol se põe, quando os restaurantes e bares se abrem e quando os jovens começam a chegar e a espalharem-se pelas ruas. Os bares são muitos e diversos, mas, no entanto, pequenos, o que força a que os notívagos se dispersem pelas ruas estreitas fazendo com que estas se encham rapidamente. Tornou-se deste modo um dos mais conhecidos bairros da cidade, com fama de ser sem dúvida um dos locais com uma divertida vida noturna e, onde os turistas que o visitam, têm a oportunidade de ver de perto a sua grande transformação.

## **Madragoa**

O bairro da Madragoa é outro dos típicos bairros lisboetas inserido na freguesia de Santos-O-Velho. Antigamente conhecido como Mocambo, era como uma porta de entrada de pessoas e mercadorias para a cidade.

Apesar de se manter um tradicional bairro lisboeta, estão a estabelecer-se espaços de comércio e de restauração alternativa, tendo em conta que este bairro tem potencial para crescer e, para que isso aconteça, tem de se desenvolver e adaptar-se às mudanças.

Com o desenvolvimento turístico que se tem observado em Portugal ao longo dos últimos anos, a Madragoa tem recebido uma imensidade de turistas com vista a visitarem e conhecerem de perto o que melhor se faz em Portugal e vivenciar o espírito de comunidade bairrista. Contudo, o facto de Lisboa se ter tornado um local obrigatório de passagem para os turistas, tem dado origem a intervenções profundas próprio bairro, como alojamento local e novos estabelecimentos, com vista a responder a todas as necessidades de quem o visita.

## **Mouraria**

O bairro da Mouraria é também outro dos mais tradicionais bairros que podemos encontrar na zona de Lisboa. Situa-se entre o Martim Moniz e o Castelo de São Jorge.

É conhecido como o “berço do fado”, pois foi aqui que viveu Severa, a primeira fadista conhecida em Portugal. O bairro é ainda hoje considerado o mais multicultural da cidade, onde coabitam 56 nacionalidades distintas. Tal como anteriormente referido acerca do bairro da Madragoa, este, conta também com uma enorme variedade de produtos e lojas internacionais.

Apesar do seu cariz tradicional e multiculturalidade, em 2009 foi alvo de obras de requalificação o que contribuiu também para se tornar um dos pontos de interesse a nível turístico e cultural.

## **Graça**

O histórico bairro da Graça situa-se na mais alta das sete colinas e é também ele um dos bairros mais prestigiados de Lisboa. Situa-se junto ao Castelo de São Jorge e possui ainda dois conhecidos miradouros: Miradouro da Graça e Miradouro da Senhora do Monte.

É considerado um dos mais belos bairros lisboetas e ao longo dos últimos anos tem vindo a ver os seus habitantes aumentar, inclusive estrangeiros. É um bairro com uma alma e valor histórico muito ricos e cada vez mais diversificado em termos culturais, que tem vindo a apelar cada vez mais tanto aos locais como aos turistas.

## **Castelo**

O Castelo é a zona onde se assinala o nascimento de Lisboa e é considerada uma das zonas com mais tradição, com uma vista magnífica sobre a cidade e o rio Tejo. Tal como tantos outros, apesar da sua influência histórica este é um bairro em constante adaptação e modernização. No cimo do castelo ergue-se a bandeira portuguesa e este bairro é assim considerado o “coração geográfico de Lisboa”, tornando-se um local obrigatório de visita para os turistas.

Este bairro tem igualmente uma forte presença arquitetónica dedicada à fé e religião, sendo nove as igrejas que refletem a história do bairro e de Lisboa.

Os bairros do Castelo e Alfama são bairros vizinhos, o que durante as marchas populares que se realizam na altura das festividades dos Santos Populares, refletem uma grande rivalidade entre eles.

Posto isto e como já anteriormente referido, apesar de aqui estar apresentada uma minoria da quantidade de bairros existentes em Lisboa, estes são considerados dos mais representativos da cidade, que melhor retratam a vida lisboeta e os preferidos para a comemoração dos famosos Santos Populares.

#### **4.4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS RECOLHIDOS**

Para obtenção da informação necessária a este estudo, foi realizado um inquérito por questionário que serviu de suporte ao trabalho de investigação.

O inquérito esteve em aberto desde o dia 13 de junho de 2019 até ao dia 22 de junho de 2019 e foi dividido em três partes distintas: Numa primeira fase questões sobre os dados sociodemográficos para conhecer melhor a nossa amostra e validar o inquérito; uma segunda parte relacionada com o evento Santos Populares de Lisboa e, posteriormente, uma terceira parte com questões relativas aos impactos socioculturais e ambientais do evento.

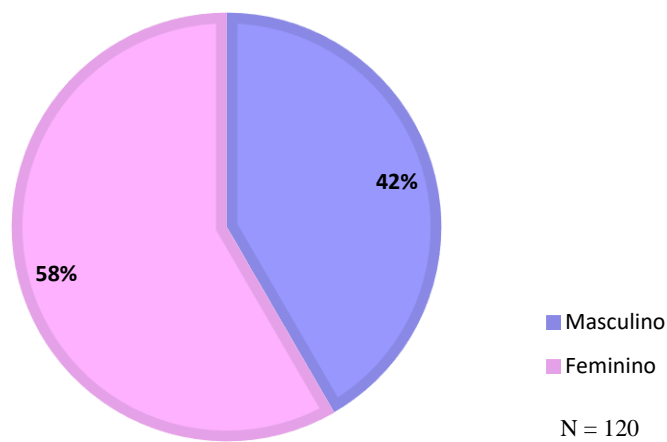
No total obtivemos 120 respostas aleatórias e o tratamento dos dados foi feito através do programa *SPSS Statistics*.

De seguida será apresentada a análise estatística das respostas obtidas no inquérito, cuja estrutura do mesmo se encontra na sua íntegra em anexo.

#### 4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para obtermos os objetivos pretendidos e de uma forma explícita e o mais completa possível, o questionário contou com três partes distintas. Para iniciar a parte sociodemográfica do questionário, a primeira pergunta feita aos inquiridos é qual o seu género. Concluímos que a maioria dos inquiridos são do sexo feminino, representando 58,3% da amostra, sendo que, os restantes 41,7% são do sexo masculino.

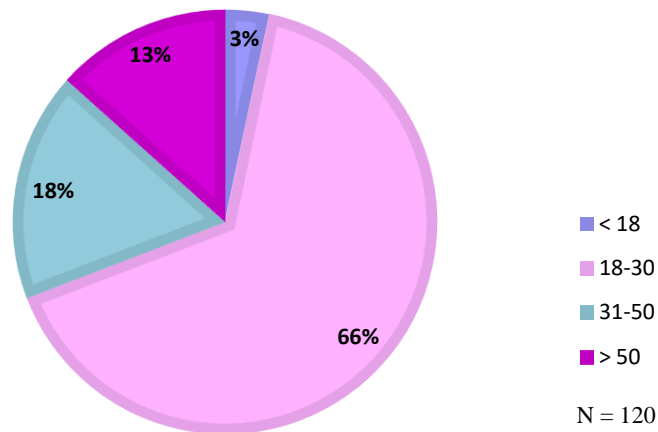
**Gráfico 1 - Género**



Fonte: ISACSP\_19

Relativamente à idade dos inquiridos podemos concluir que a grande maioria com uma percentagem de 65,8% se encontra entre os 18 e 30 anos, 17,5% entre os 31 e os 50 anos, 13,3% têm mais de 50 anos e, a minoria, com menos de 18 anos, representa apenas 3,3% da amostra como exemplificado no gráfico 2.

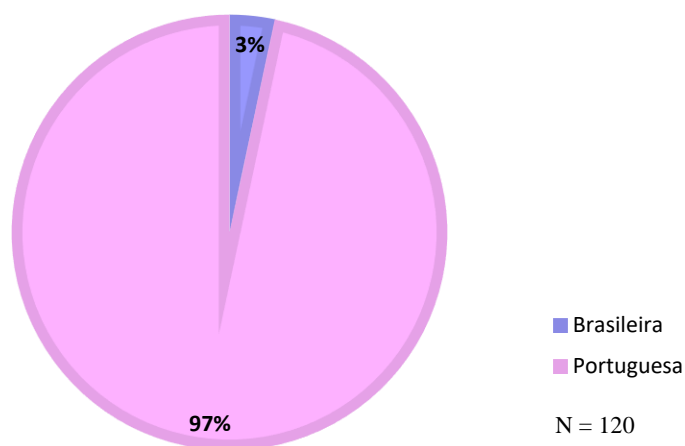
**Gráfico 2 - Idade**



Fonte: ISACSP\_19

Podemos concluir através do gráfico 3 que a maioria da nossa amostra é de nacionalidade portuguesa e apenas 3,4% de nacionalidade brasileira. É importante referir que, apesar de este evento ser para todas as idades e nacionalidades, é naturalmente pensado e usufruído pelos portugueses e residentes em Portugal. O que comprova o gráfico abaixo.

**Gráfico 3 - Nacionalidade**

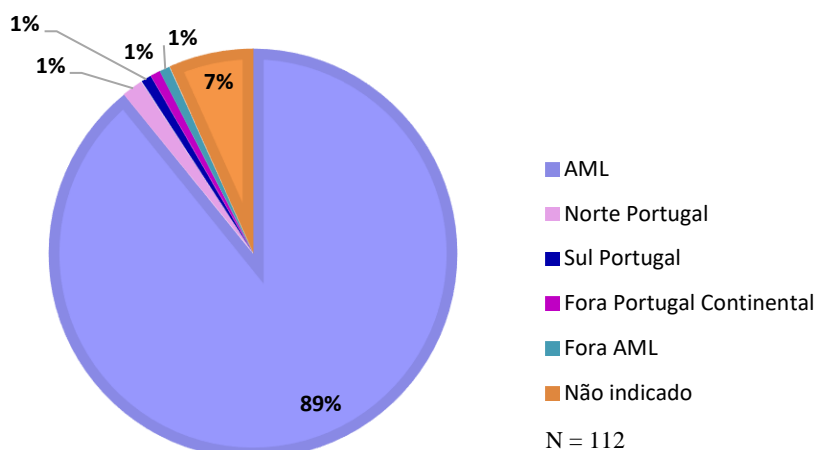


Fonte: ISACSP\_19

Do total de 120 inquiridos em que 116 pessoas responderam que eram de nacionalidade portuguesa, obtivemos a esta pergunta 112 respostas, sendo que não era uma pergunta obrigatória.

Das 112 respostas obtidas os inquiridos referiram 18 concelhos diferentes em que na esmagadora maioria (correspondendo a 107 respostas), foram zonas pertencentes à área metropolitana de Lisboa, que, por sua vez, abrange também a zona do sul do Tejo. A norte de Portugal foram mencionadas as cidades Coimbra e Porto, e Faro na zona sul do país. Em relação às restantes respostas, apesar de termos também obtido uma por parte de uma pessoa da ilha da Madeira (Funchal), 8 não indicaram a sua zona de residência.

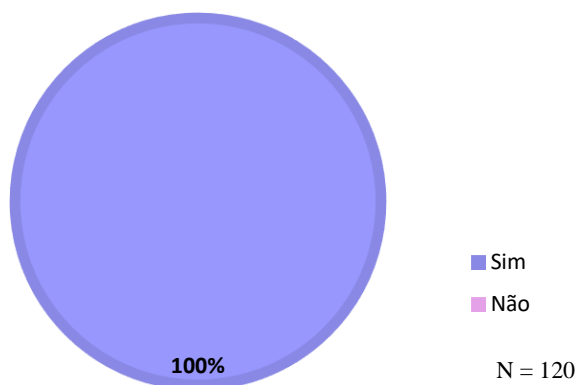
**Gráfico 4 - Zona de residência**



Fonte: ISACSP\_19

Após analisadas as questões sobre os dados demográficos dos inquiridos, iniciamos a análise acerca do evento em si através da primeira pergunta que tinha como objetivo validar a efetividade do inquirido, “conhece o evento Santos Populares de Lisboa?”. Dado não termos excluído nenhuma resposta confirmamos que 100% dos respondentes afirmam conhecer o evento através da resposta “sim”.

**Gráfico 5 - Conhecimento Santos Populares Lisboa**

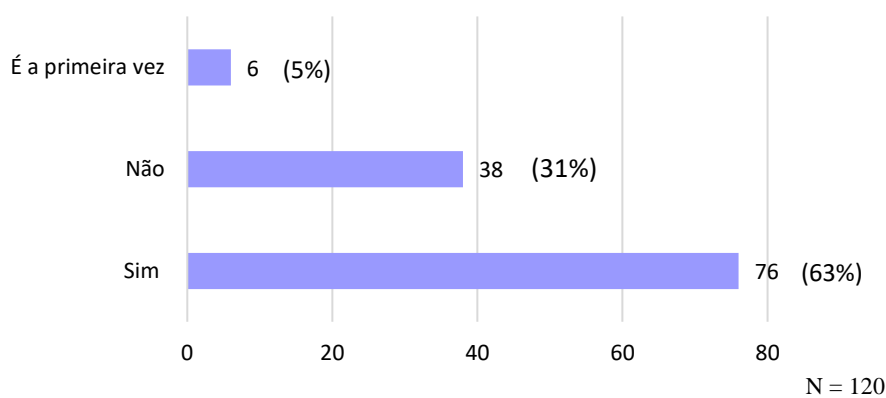


Fonte: ISACSP\_19

Apesar de, na totalidade, os inquiridos terem respondido que conhecem o evento Santos Populares de Lisboa, é igualmente importante perceber qual a percentagem que o frequenta efetivamente. Desta forma, analisámos as respostas obtidas às perguntas “costuma frequentar o evento?” e “se sim, com que regularidade” apresentadas nos gráficos 6 e 7 infra apresentados.

Deste modo podemos afirmar que mais de metade frequenta o evento, mais concretamente 63,3% dos inquiridos, e que mais 5% das respostas foram de pessoas que estavam pela primeira vez nesta última edição, do ano 2019.

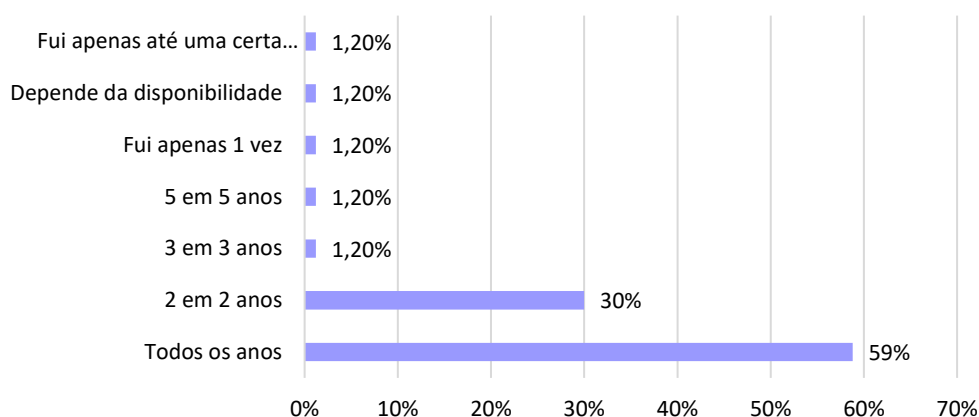
**Gráfico 6 - Frequência visitas Santos Populares Lisboa**



Fonte: ISACSP\_19

Em relação ao segundo gráfico, referente apenas ao que responderam frequentar o evento, concluímos que 58,8% das pessoas, concretamente 47, frequentam todos os anos, 30%, equivalente a 24 inquiridos dizem frequentar de 2 em 2 anos e 10,8%, sendo que desta percentagem cada inquirido respondeu diferente do outro, obtivemos respostas como: “Quando dá”, “de 5 em 5 anos”, “de 3 em 3 anos, dependendo do grupo”, “apenas fui uma vez” ou “dependendo da disponibilidade”.

**Gráfico 7 - Regularidade frequência de visitas ao evento**

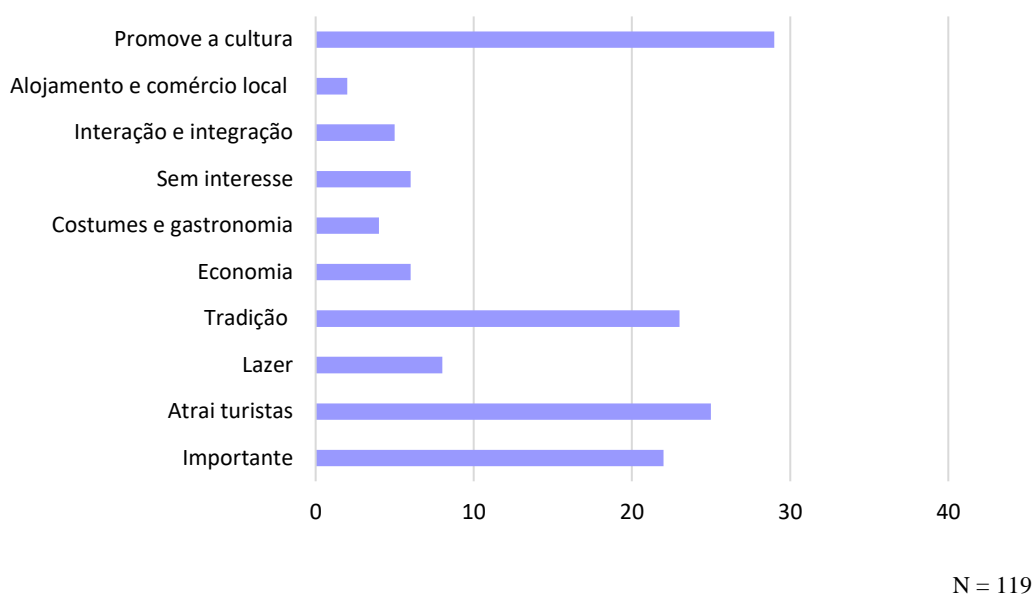


N = 80

Fonte: ISACSP\_19

À pergunta “Em que medida considera os Santos Populares importantes para o desenvolvimento de Lisboa, enquanto destino turístico?”, obtivemos 119 respostas em que uma pequena percentagem apenas referiu considerar de facto importante, mas não justificou e apenas três inquiridos não consideraram relevante. Por outro lado, a partir da grande maioria das respostas conseguimos compreender que a maior parte dos inquiridos consideraram ter uma grande relevância baseada em quatro pontos fulcrais: partilha da tradição portuguesa, atração de turistas, promoção da cultura lisboeta e do país, e economia.

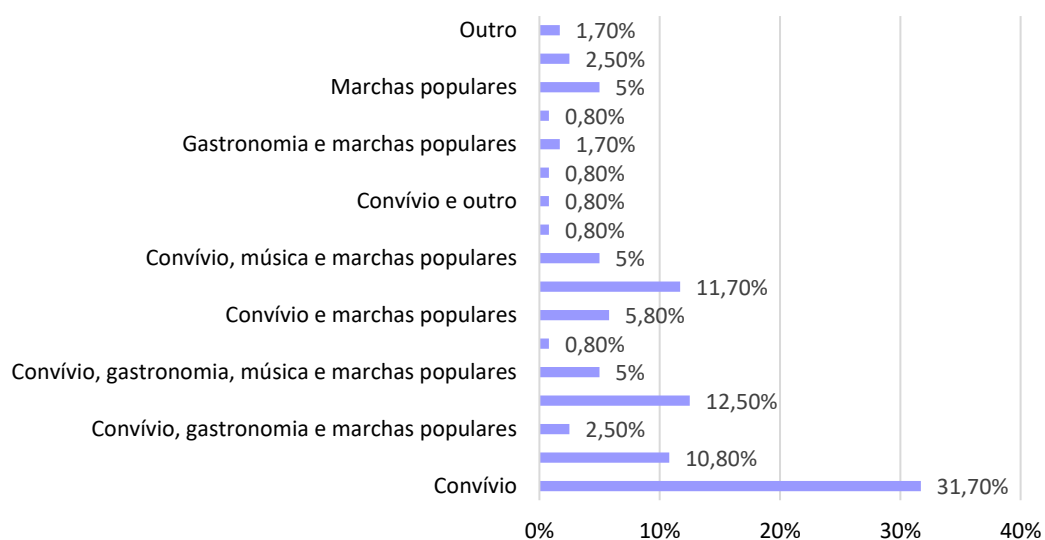
**Gráfico 8 - Importância do evento para o desenvolvimento de Lisboa**



Fonte: ISACSP\_19

Quanto às principais motivações que levam as pessoas a visitar e fazer parte dos Santos Populares, das 120 respostas obtidas, 105 pessoas (equivalente a 87,5%) responderam frequentá-lo pelo convívio que nesse se tem oportunidade de vivenciar, 42 pessoas (35%) responderam frequentar o mesmo pela gastronomia, 47 pessoas, (39,2%) justificaram ser a música o motivo que mais lhes chamava à atenção; as marchas populares foram também referidas por 35 pessoas (29,2% dos inquiridos) como a sua principal motivação. Por outro lado 5 pessoas (4,2%) responderam “outro” como motivação para os mesmos, referidos na próxima pergunta.

**Gráfico 9 - Motivações enquanto visitante**

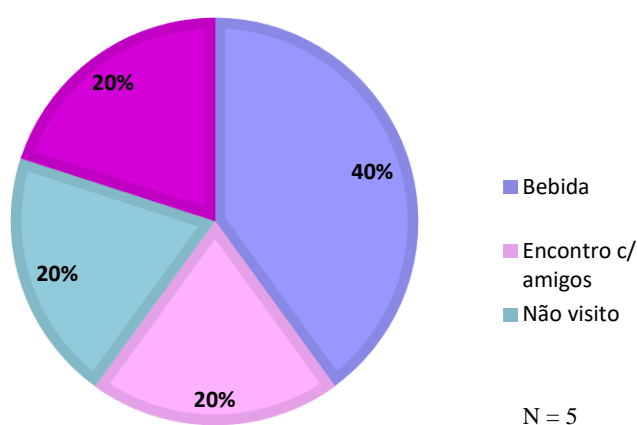


N = 120

Fonte: ISACSP\_19

Para os inquiridos que colocaram “outro” na questão anterior, pedimos aos mesmos para que especificassem em concreto qual o seu motivo. Foram cinco as respostas obtidas, em que duas pessoas responderam “bebida” e as outras três justificaram com as seguintes respostas: “encontro com amigos, divertir”; “não visito” e “tradição”.

**Gráfico 10 - Outras motivações**



N = 5

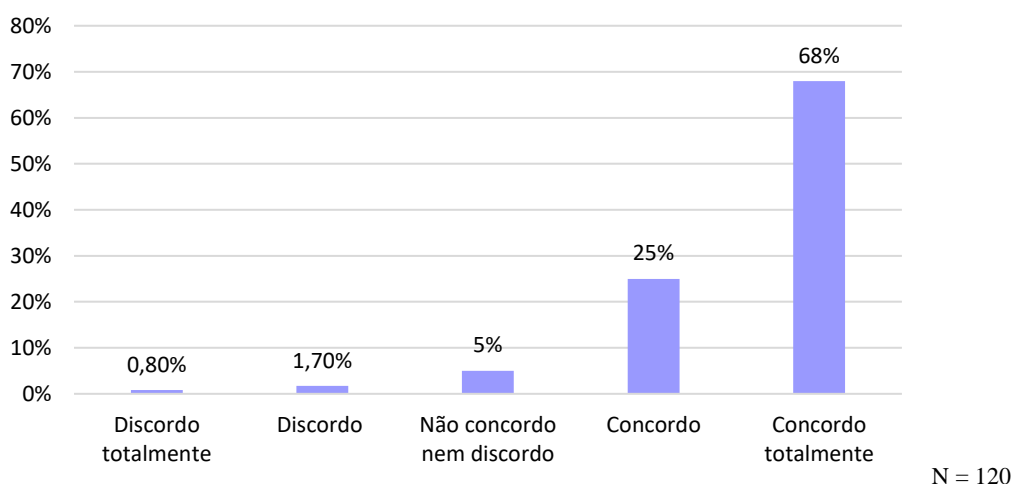
Fonte: ISACSP\_19

Com o objetivo de compreendermos até que ponto os inquiridos concordam ou não com possíveis impactes socioculturais causados pelo evento em Lisboa, foram apresentadas cinco afirmações com possíveis respostas representadas numa escala de classificação de 1 a 5 em que 1 representa “discordo totalmente”, 2 representa “discordo”, 3 representa “não concordo nem discordo”, 4 representa “concordo” e 5 representa “concordo totalmente”.

Relativamente à primeira afirmação, “os Santos Populares são uma expressão cultural da cidade de Lisboa”, a grande maioria dos inquiridos (mais concretamente 67,5%) concordou totalmente e mais 25% afirmam igualmente concordar.

5% referiu dos inquiridos referiu não concordar nem discordar com a afirmação. Por fim apenas uma minoria (2,5%) discordam ou discordam totalmente com a afirmação.

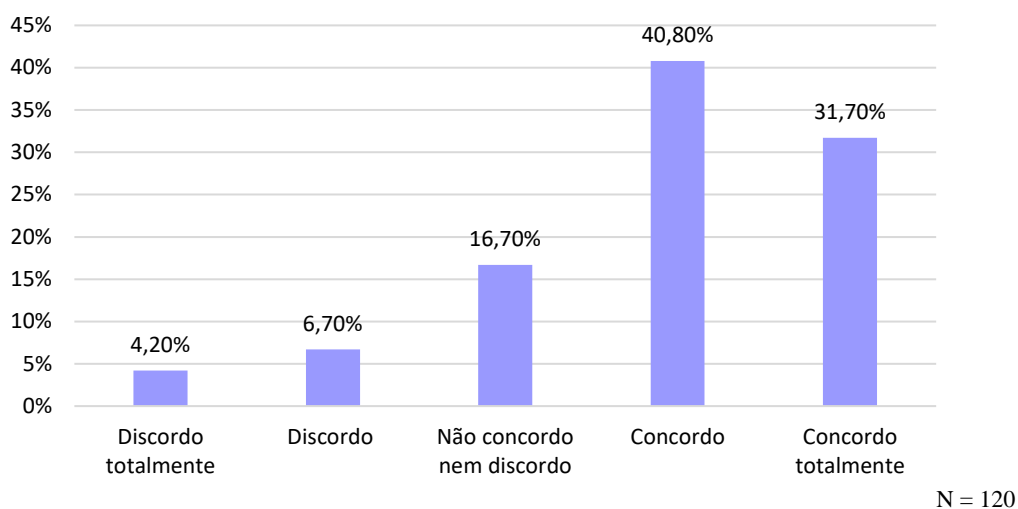
**Gráfico 11 - Expressão cultural de Lisboa**



Fonte: ISACSP\_19

Em relação à segunda afirmação “no evento tenho oportunidade de conhecer melhor a cultura local”, 38 inquiridos (31,7%) responderam concordar totalmente com a afirmação e 49 (40,8%) concordaram também. 20 dos inquiridos, ou seja 16,7% não concordam nem discordam e, apenas uma minoria de 10,9% dos inquiridos discordam, o que significa que de uma forma geral a maior parte das pessoas afirma que de facto os Santos Populares dão a conhecer a cultura lisboeta.

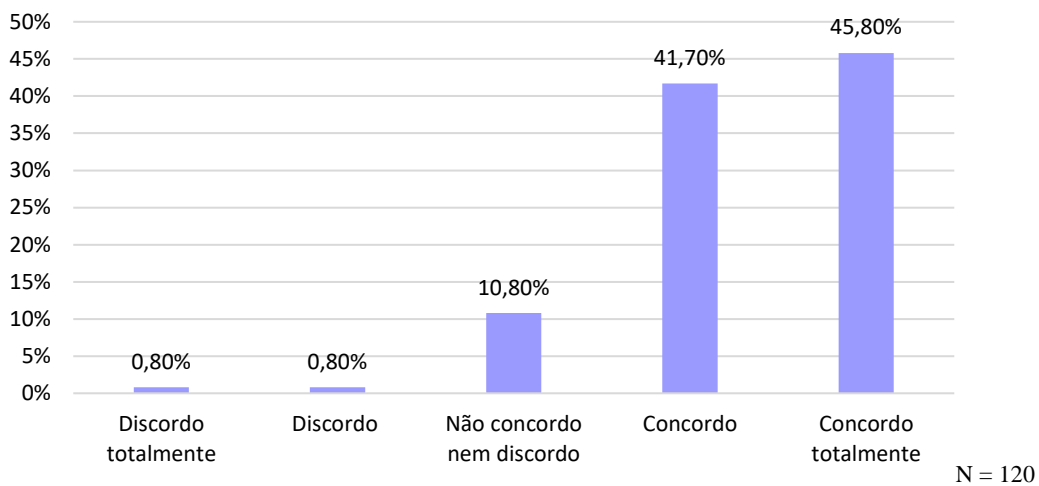
**Gráfico 12 - Oportunidade de conhecimento da cultura local**



Fonte: ISACSP\_19

No que respeita à terceira afirmação “os Santos Populares contribuem para a valorização da cidade de Lisboa”, obtivemos uma percentagem de 45,8% que concordou totalmente, 41,7% que concordou, 10,8% que não concordou nem discordou e, mais uma vez, uma minoria de apenas 1,6% não concordou de todo com o que foi dito. No entanto, concluímos a partir destes resultados que grande parte dos inquiridos têm a opinião de que é realmente importante a realização do evento para trazer uma maior valorização à cidade de Lisboa.

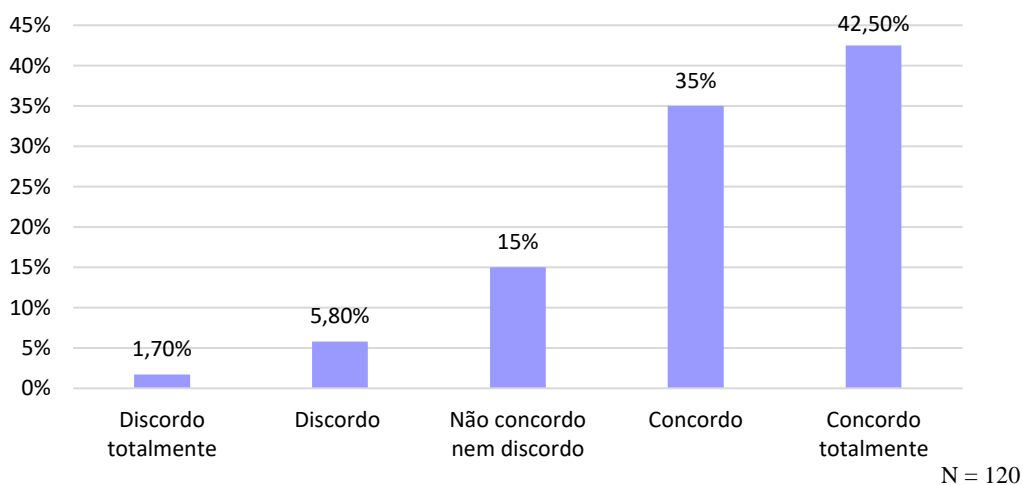
**Gráfico 13 - Valorização da cidade de Lisboa**



Fonte: ISACSP\_19

Relativamente à quarta afirmação. “os Santos Populares promovem o convívio entre moradores e visitantes do evento”, grande parte dos inquiridos afirmam concordar com a afirmação, mais concretamente 42,5% concordaram totalmente e 35% concordaram igualmente, contudo 15% das pessoas escolheu não concordar nem discordar e mais uma vez constatamos que só apenas 7,5% dos nossos inquiridos é que não concordaram, podendo assim constatar que durante o decorrer do evento este permite promover a convivência entre os visitantes e moradores dos bairros onde o mesmo decorre.

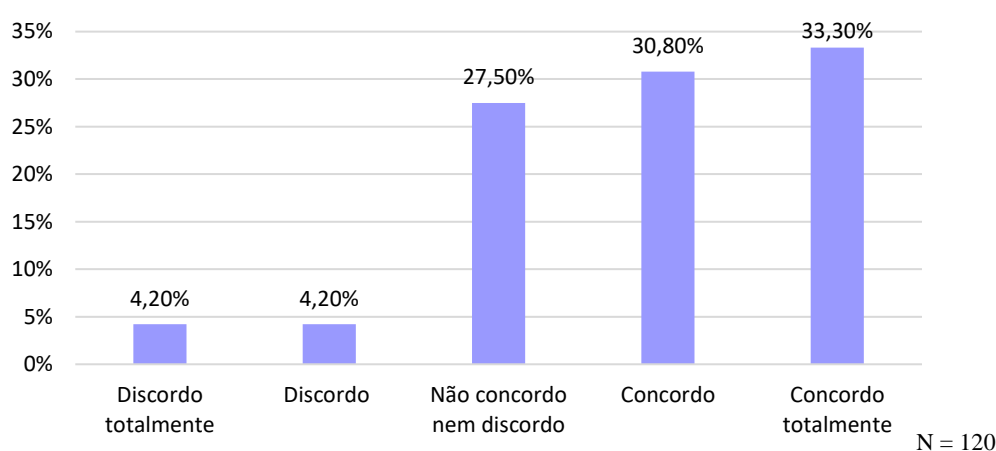
**Gráfico 14 - Promoção do convívio entre moradores e visitantes**



Fonte: ISACSP\_19

Por último, em relação à afirmação “os Santos Populares divulgam e difundem Lisboa no mundo”, uma grande percentagem afirma concordar e concordar totalmente, respetivamente 30,8% e 33,3% dos inquiridos. Porém esta foi a afirmação em que ocorreu a mais elevada percentagem de pessoas (27,5) que não concordou nem discordou. E, apesar de ainda baixa, 4,2% das pessoas discordaram e outros 4,2% também discordaram totalmente.

**Gráfico 15 - Divulgação de Lisboa no mundo**

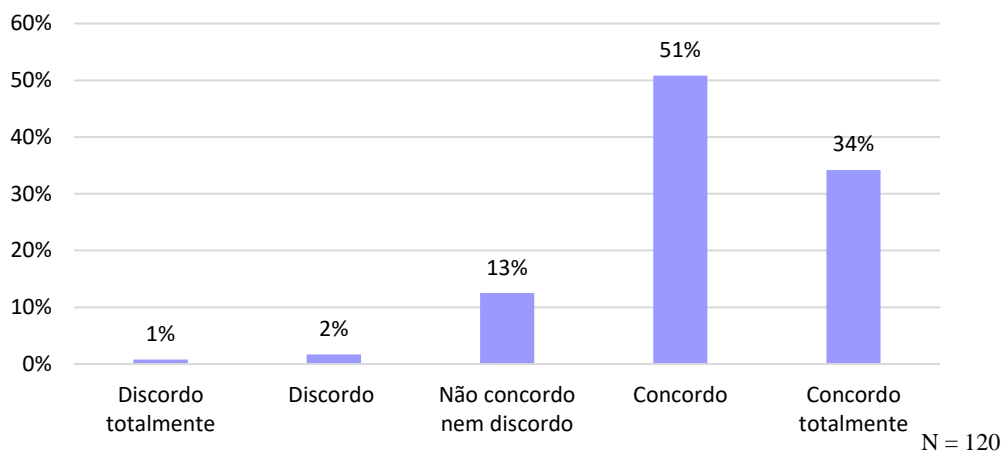


Fonte: ISACSP\_19

Depois de concluída a apresentação dos dados sociodemográficos e conhecimentos sobre o evento em si, passamos às questões relacionadas com os impactes. A primeira pergunta colocada aos inquiridos acerca dos possíveis impactes socioculturais e ambientais que o evento possa causar em Lisboa, foi: “os Santos Populares geram impactes socioculturais em Lisboa”.

Mais de metade dos inquiridos, 50,8%, afirmou concordar e 34,2% afirma concordar totalmente. Apenas 12,5% não concordou nem discordou da afirmação, e uma minoria, apenas 2,5%, afirmaram que discordavam.

**Gráfico 16 - Impactes socioculturais em Lisboa**

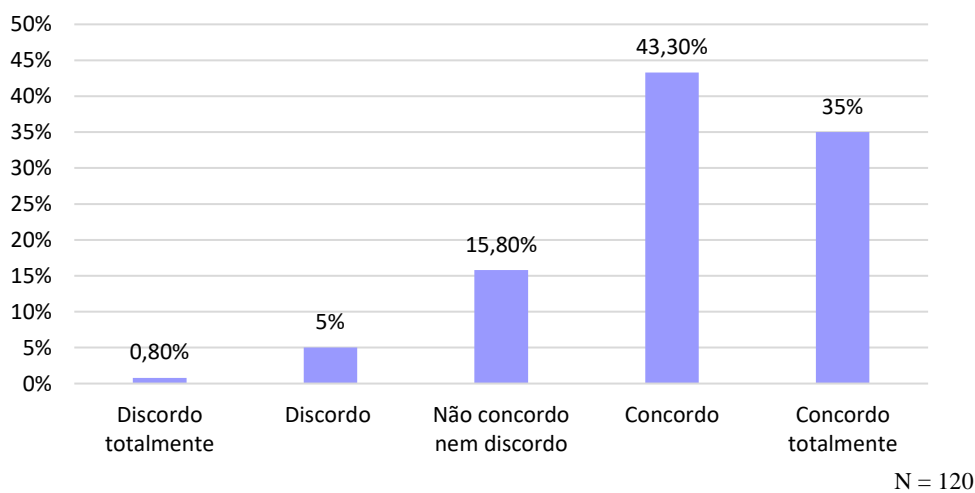


Fonte: ISACSP\_19

Em relação à segunda afirmação, “os Santos Populares contribuem para integração e interação com os turistas”, 35%, ou seja, 42 inquiridos concordaram totalmente com a afirmação e 43,3% concordaram.

15,8% dos inquiridos não concordaram nem discordaram e em contrapartida apenas 7 dos 120 inquiridos responderam não concordar.

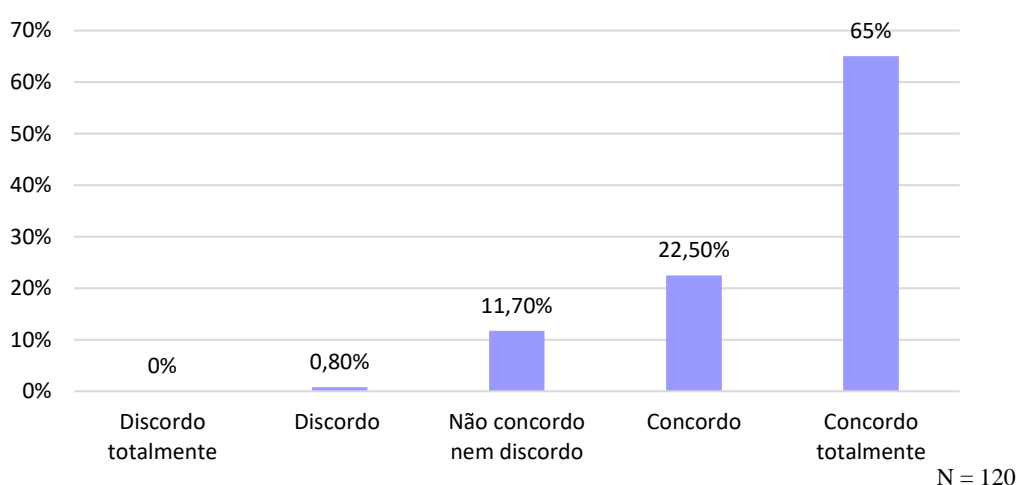
**Gráfico 17 - Contribuição para a interação com os turistas**



Fonte: ISACSP\_19

A terceira afirmação, “os Santos Populares contribuem para um aumento de lixo nas ruas de Lisboa” foi aquela em que se notou uma quase nula discrepância entre as respostas. A grande maioria dos inquiridos respondeu concordar totalmente, contando com um total de 65% das pessoas, e 22,5% concordaram igualmente. Apenas 11,7% não mostraram concordar nem discordar com a afirmação e os valores percentuais de que surgiram por parte de quem respondeu não concordar são muito pouco significativos, sendo que apenas 0,8% (1 pessoa) discordou.

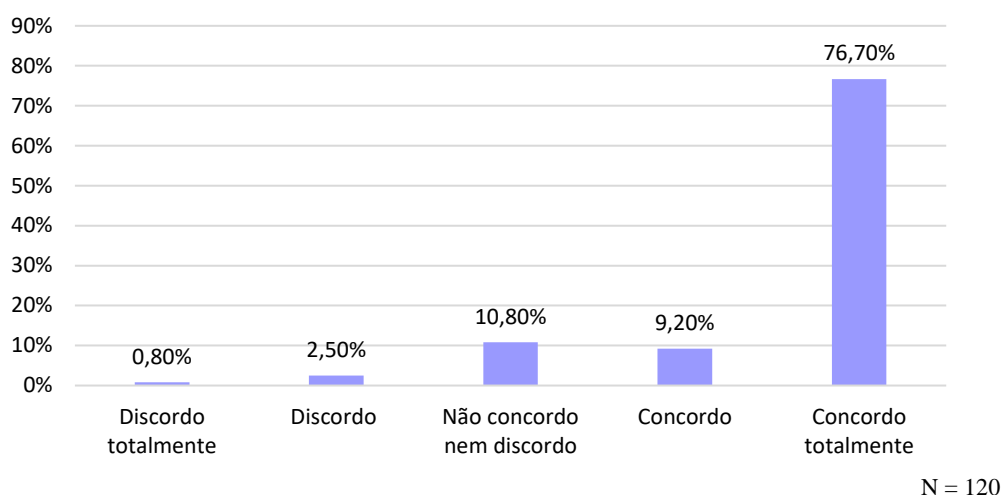
**Gráfico 18 - Contribuição para aumento de lixo**



Fonte: ISACSP\_19

No que respeita à quarta afirmação que diz “deveriam deixar de ser usados os habituais copos e pratos de plástico”, foi de todas aquela onde se verificou uma maior concordância por parte dos inquiridos. Com uma elevada maioria a optar por concordar totalmente com a afirmação, contamos com 76,7%. Para além disso, mais 9,2% concordaram igualmente. O total de inquiridos que não concordou nem discordou foi de 10,8%. Por fim apenas 2,5% discordaram e 0,8%, mais concretamente 1 pessoa discordou totalmente.

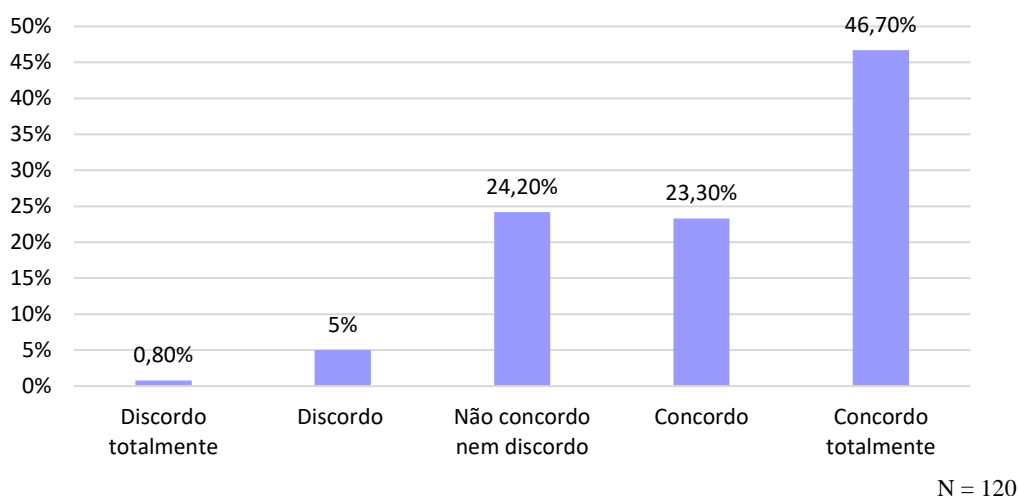
**Gráfico 19 - Utilização dos copos e pratos de plástico**



Fonte: ISACSP\_19

Relativamente à afirmação “existem poucos contentores nas ruas durante o evento”, 46,7% dos inquiridos concordaram totalmente e 23,3% concordaram igualmente. 24,2% não concordaram nem discordaram. E por fim apenas 5% discorda com a afirmação e 0,8% discorda totalmente.

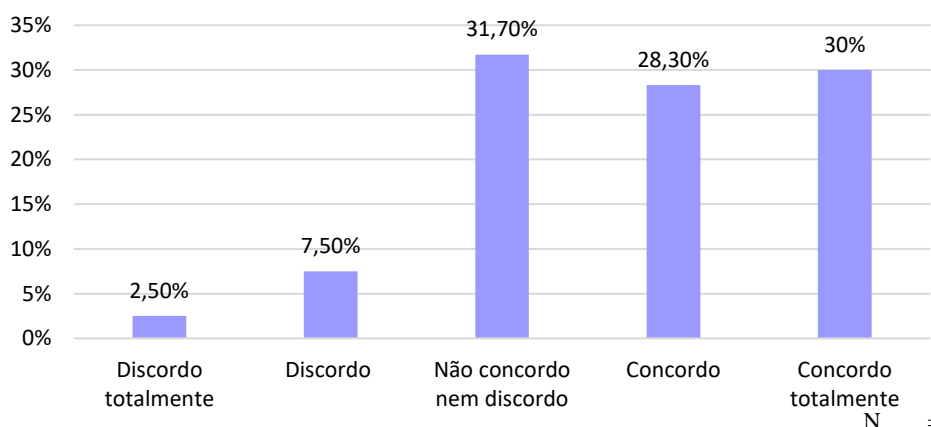
**Gráfico 20 - Existência de contentores nas ruas**



Fonte: ISACSP\_19

A afirmação “o evento causa distúrbio aos moradores dos bairros onde o mesmo acontece” foi aquela em que a hipótese “não concordo nem discordo” apresentou a maior percentagem comparativamente a todas as outras afirmações e proposições, com 31,7%. Em contrapartida 28,3% concordou com a afirmação e 30% concordou totalmente. Apenas 7,5% discordou e 2,5% discordou totalmente.

**Gráfico 21 - Distúrbios aos moradores**



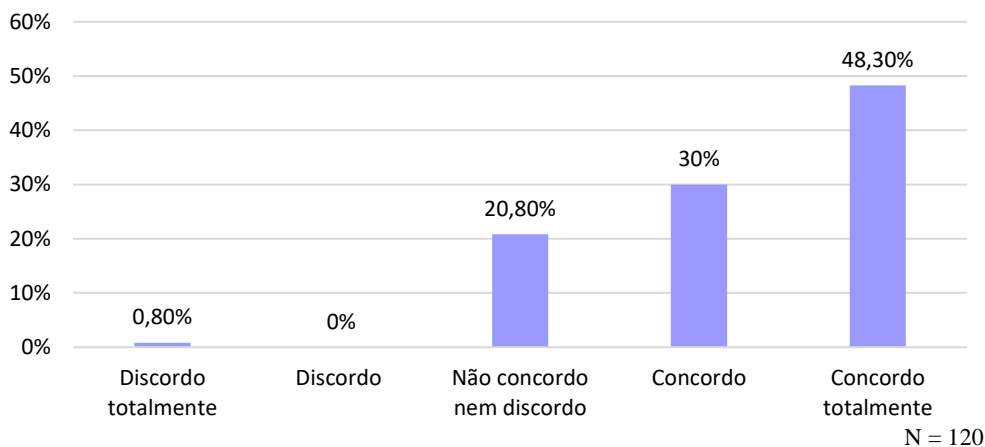
Fonte: ISACSP\_19

Em relação à afirmação “deveria existir uma maior preocupação por parte da CML na limpeza das ruas”, a grande maioria dos inquiridos concordou ou concordou totalmente, com valores de 30% e 48,3% respetivamente.

Apenas uma pessoa (0,8%) discordou totalmente com a afirmação, o que quer dizer que a esmagadora maioria considera relevante existir de facto uma maior preocupação por parte da câmara municipal na altura da realização do evento.

Não descurando quem não concorda nem discorda, obtivemos um valor percentual de 20,8% nesta opção.

**Gráfico 22 - Preocupação da CML**

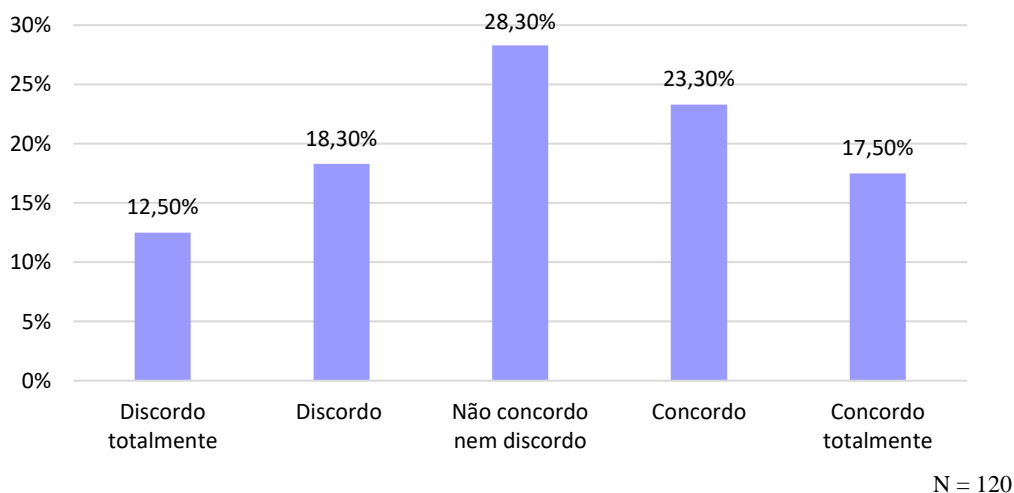


Fonte: ISACSP\_19

A afirmação “2 da manhã é uma boa hora para terminar o evento” foi a que obteve resultados mais iguais entre as proposições. 23,3% concordaram e 17,5% concordaram totalmente. Relativamente à opção “não concordo nem discordo” o valor percentual obtido foi de 28,3%. E os valores relativos a quem discordava ou discordava totalmente foram de 18,3% e 12,5% respetivamente.

Conclui-se desta forma que há uma elevada discordância nas opiniões dos inquiridos.

**Gráfico 23 - Hora de término do evento**

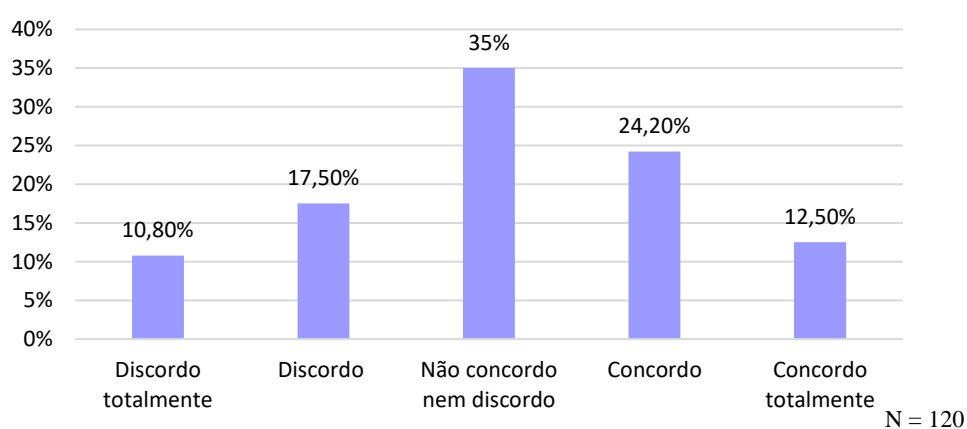


Fonte: ISACSP\_19

No que refere à afirmação “o horário para o término do barulho noturno deveria ser mais limitado”, os resultados obtidos foram relativamente semelhantes aos da afirmação anterior.

12,5% dos inquiridos concordou totalmente com a afirmação e 24,2% concordaram igualmente. 35% não concordou nem discordou e com valores muito idênticos aos da anterior afirmação, 17,5% não concordaram e 10,8% não concordaram totalmente com a afirmação.

**Gráfico 24 - Limite da hora de término**



Fonte: ISACSP\_19

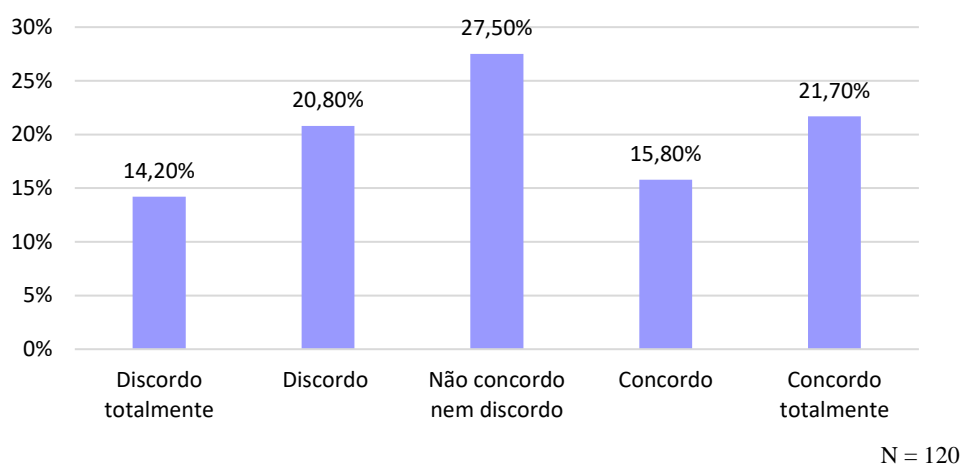
Por fim foi apresentada a seguinte afirmação: “De forma a contribuir para um ambiente menos poluído, não deveria ser permitida a circulação de carros em Lisboa durante estes dias”.

21,7% concordou totalmente com a afirmação sendo que 15,8% concordou também. Porém, 27,5% não concordou nem discordou.

Por fim 20,8% discordam da afirmação e 14,2% discordam igualmente.

Concluimos assim que apesar dos valores terem sido muito paralelos, quase metade dos inquiridos concordou de uma forma geral com a afirmação.

**Gráfico 25 - Circulação de carros**

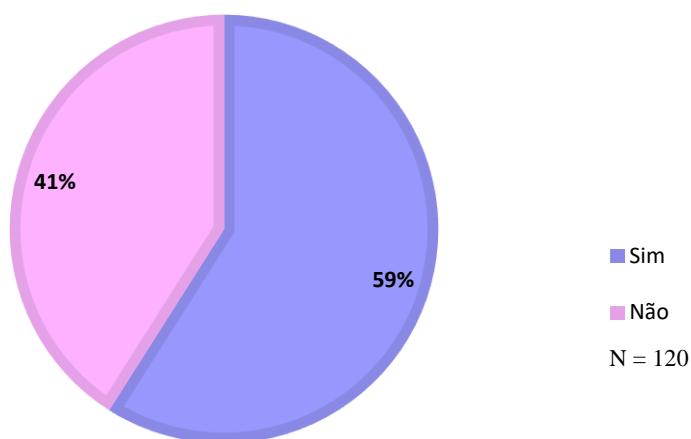


Fonte: ISACSP\_19

Sendo que este é um estudo focado nos impactes ambientais, perguntámos aos nossos inquiridos se, nas suas opiniões, consideravam ou não que um evento desta natureza gerava impactes negativos.

Das 120 respostas obtidas, 59,2% ou seja, mais de metade das pessoas, consideraram que sim. Em contrapartida 40,8% consideraram que não.

**Gráfico 26 - Impactes ambientais negativos**



Fonte: ISACSP\_19

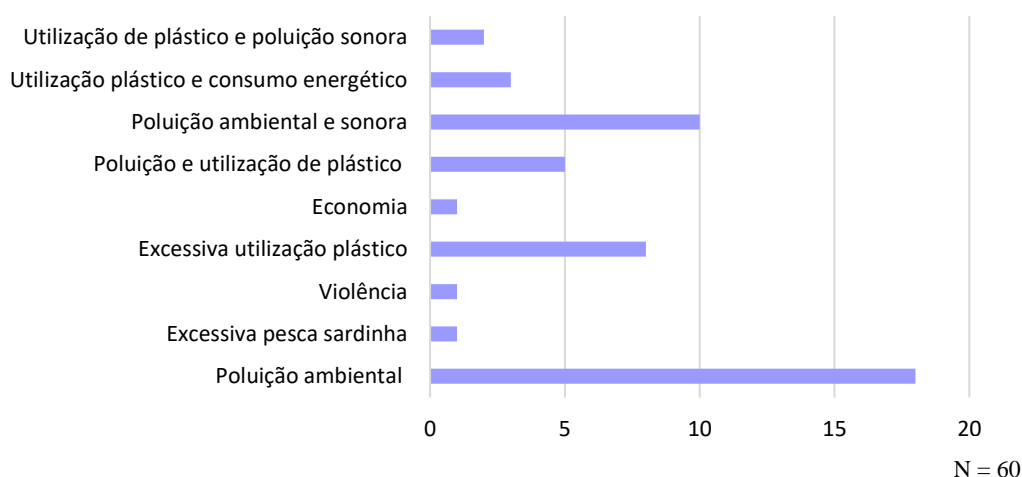
Para os inquiridos que na pergunta anterior afirmaram existir impactes ambientais associados a este tipo de eventos, pedimos para que justificassem as suas respostas dando três exemplos de impactes que considerassem ser os mais significativos.

É importante aqui referir que dos 71 inquiridos, justificaram apenas 60, mas, contudo, as respostas foram muito idênticas umas às outras.

A esmagadora maioria referiu como impactes mais consideráveis a poluição sonora, a quantidade de lixo no chão e a excessiva utilização de plástico descartável.

Para além disso foram também referidos outros aspetos como violência, exagerado consumo de eletricidade, falta de contentores nas ruas (nomeadamente de reciclagem) e poluição do ar.

**Gráfico 27 - Impactes mais relevantes**



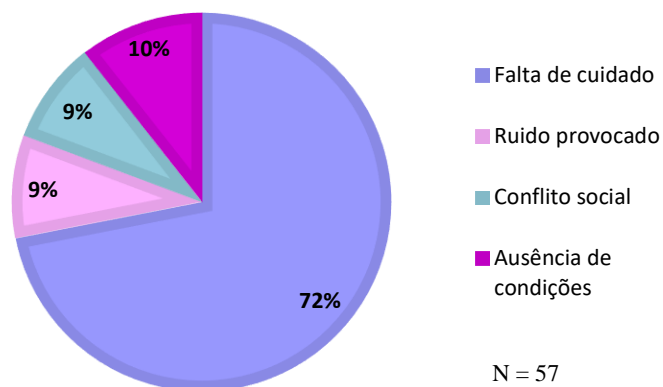
Fonte: ISACSP\_19

Consoante as respostas obtidas na pergunta anterior, pedimos aos inquiridos que justificassem os impactes que, nas suas opiniões, referiram ser significativos e resultantes do evento.

A maior parte das justificações focam-se na falta de responsabilidade e sensibilidade ambiental, e pouca consideração por parte daqueles que são residentes nos bairros onde

o evento acontece. Todas as outras fundamentações abrangem a questão da higiene pública, o que acaba por ser um problema ambiental também.

**Gráfico 28 - Justificação aos impactes referidos anteriormente**

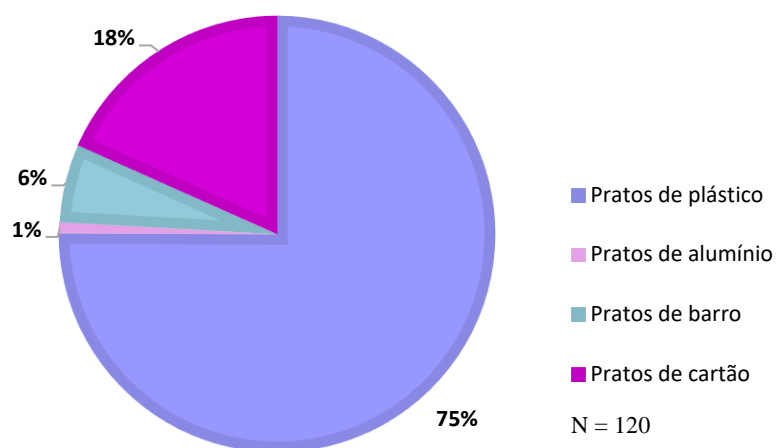


Fonte: ISACSP\_19

Por fim, terminámos o inquérito com a questão: “refira em que suporte foram servidos os alimentos consumidos”, de maneira a tentar compreender se o uso excessivo de plástico, enquanto problema ambiental, tem vindo a diminuir ao longo das edições.

75% dos inquiridos, ou seja, esmagadora maioria, responderam terem sido servidos em pratos de plástico, 18,3% responderam pratos de cartão, 5,8% referiram pratos de barro e apenas 1 pessoa disse ter sido servido em prato de alumínio.

**Gráfico 29 - Suportes onde foram servidos os alimentos**



Fonte: ISACSP\_19

## **CAPÍTULO V- CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## 5.1 CONCLUSÕES

No âmbito da presente dissertação, tal como referenciado no ponto 1.3, foram mencionados quatro objetivos específicos de investigação que se tornaram fundamentais para uma melhor conclusão e auxílio de resposta à pergunta de partida, foco deste estudo.

Para uma melhor e mais completa investigação, tornou-se fundamental fazer para além de toda uma componente empírica, também uma contextualização teórica de um conjunto de temas que, de certa forma, fazem parte de toda a temática a ser estudada e que se tornam elementos essenciais para uma melhor compreensão de todo o estudo. Deste modo, ao longo desta dissertação foram abordados relevantes temas como o turismo, destinos turísticos, eventos, eventos culturais, a importância dos mesmos para os destinos e possíveis impactos causados, tanto positivos como negativos.

Através de uma análise bibliográfica apresentada ao longo do estudo, pode compreender-se que os eventos se tornam cada vez mais importantes para o combate da sazonalidade de certas localidades e desenvolvimento das regiões. Geram benefícios a nível económico, promovem a atração de turistas e contribuem para uma maior visibilidade das zonas onde são realizados.

No entanto, apesar de todos os impactos positivos que os eventos possam gerar nos destinos onde ocorrem, existem igualmente alguns danos e prejuízos que os mesmos podem provocar, maioritariamente a nível ambiental.

Embora grande parte das investigações já realizadas e bibliografia existente não salientarem os impactos ambientais, foi o principal foco desta investigação, estudar os possíveis impactos tanto socioculturais como ambientais de um evento na capital portuguesa, analisando os Santos Populares de Lisboa como estudo de caso.

Como referido anteriormente, focámo-nos em quatro principais objetivos, de forma a obter respostas mais precisas de maneira a responder à pergunta de partida com maior convicção. Um dos principais objetivos seria compreender se a existência de um evento garantia impactos socioculturais nos destinos onde se possam realizar. E, tendo por base a recolha e análise das respostas obtidas no inquérito por questionário realizado aos visitantes e conhecedores do evento Santos Populares, analisámos o gráfico 16: “Impactes socioculturais em Lisboa”. A partir deste, podemos concluir que a esmagadora maioria,

concretamente 85% dos inquiridos, concorda que de facto um evento gera impactes nos destinos. O que demonstra que o objetivo 1 foi cumprido.

O segundo objetivo do estudo seria comprovar se o evento contribui, ou não, para um aumento de impactes ambientais negativos. E para determinar a concretização deste objetivo, foram analisados os gráficos 18: “Contribuição para aumento de lixo” e 26: “Impactes ambientais negativos”. A partir das respostas, percebemos que grande parte das pessoas, 65% concordam que efetivamente o evento contribui para um aumento da quantidade de lixo presente nas ruas e, 59% respetivamente, referem que o evento contribui de forma negativa em termos ambientais. Deste modo, tendo por base os resultados mencionados, comprova-se que o objetivo 2 também foi alcançado.

Em seguida, o terceiro objetivo a alcançar seria perceber se o evento permite criar uma interação e integração entre a população local e os turistas. Como tal, analisámos os resultados obtidos nos gráficos 14: “Promoção do convívio entre moradores e visitantes” e 17: “Contribuição para a interação com os turistas”, cujas opiniões dos inquiridos foram maioritariamente de concordância, com percentagem de 77,5% e 78,3% respetivamente.

Por último, o objetivo 4 pretendia constatar se o evento contribui para a valorização da cidade de Lisboa e para a sua cultura local. Assim sendo, os gráficos 11: “Expressão cultural de Lisboa”, 12: “Oportunidade de conhecimento da cultura local” e 13 “Valorização da cidade de Lisboa”, permitiram-nos compreender de forma explícita as opiniões gerais. Relativamente ao gráfico 11, os resultados alcançados foram bastante esclarecedores, sendo que 93% das respostas foram de concordância com a afirmação, segundo as respostas do gráfico 12, 72,5% dos inquiridos concordaram igualmente e em relação ao gráfico 13 os resultados foram similares com uma percentagem de concordância de 87,5%.

Posto isto, tendo por base os resultados acima mencionados, podemos concluir que os objetivos definidos foram de facto todos alcançados, comprovando assim igualmente as proposições de investigação criadas e possibilitando dar resposta à questão de partida.

## **5.2 LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO**

No decorrer da elaboração deste estudo foram identificadas dificuldades e limitações características de estudos académicos como este.

Primeiramente, uma das grandes limitações que se fez sentir ao longo de toda a pesquisa foi a pouca oferta bibliográfica recente. Para além de a maior parte da bibliografia existente não ser a mais atual, são também relativamente poucos os estudos realizados sobre esta temática. Dos poucos estudos encontrados sobre os eventos, grande parte foca-se particularmente nos impactes socioeconómicos.

Outra limitação a salientar é relativamente ao tamanho da amostra face ao número de visitantes. Pois apesar de terem sido recolhidos 120 inquéritos e desses 120 as respostas obtidas terem sido bastante semelhantes, podem estes, ser insuficientes para considerar uma amostra significativa, uma vez que o evento em questão move centenas ou até milhares de pessoas todos os anos.

## **5.3 FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO**

Conforme mencionado anteriormente, ao longo deste estudo percebemos que das inúmeras investigações cujo foco foram os eventos e seus impactes, foram poucos os que destacaram impactes que não os económicos. Apesar disso, também os Santos Populares são um evento que não conta efetivamente com nenhum estudo recente acerca das possíveis consequências que causa nas cidades onde se realiza.

Os Santos Populares de Lisboa são celebrados há mais de 20 anos e até à data não foi realizada nenhuma análise sobre os impactes que este causa na cidade, nomeadamente os impactes socioculturais e ambientais.

Posto isto, uma vez que nesta investigação foram abordados dois tipos de impactes, seria igualmente interessante analisar outros, ou até mesmo, tendo em conta a crescente preocupação ambiental, perceber se algo foi feito de modo a que este se tornasse um evento mais sustentável, para posteriormente comparar edições.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrantes, L. C. (2013). *Introdução ao turismo*. Portugal: Lidel.
- Agência Portuguesa do Ambiente. (setembro de 2014). Obtido de <https://apambiente.pt/>
- Albuquerque, S. S. (2004). *Turismo de Eventos: A Importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo*.
- Andrade, R. (1999). *Manual de eventos*. Caxias do Sul: EDUCS.
- Armbrecht, J., & Andersson, T. (2016). Subjects and objects of event impact analysis. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*.
- Barretto, M. (2003). *Manual de Iniciação ao estudo do turismo, 13ªed.* Coleção Turismo, Campinas: SP-Papirus.
- Bayrak, G. (2011). Festival motivators and consequences: a case of Efes Pilsen Blues Festival. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*.
- Beerli, A., & Martin, J. (2004). "Tourist's characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain". *Tourism Management*.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events Management*. Reino Unido: Elsevier.
- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégia para Eventos*. São Paulo: Editora Aleph.
- Cardoso, M. (2013). *A importância da Organização de Eventos no Turismo*.
- Cooper, C. e. (2008). *Tourism: Principles and practices (4ª Edição ed.)*. England: Prentice-Hall.
- Corbin, A. (2001). *A História dos Tempos Livres*. Lisboa: Teorema.
- Cordeiro, M. (2016). Os santos populares. *Jornal I*.
- Correia, A. V. (2007). Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 60(1). 76-80.
- Crompton, J. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation". *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Cunha, L. (2007). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: São Paulo: Verbo.

- Deng, Q., & Li, M. (2014). A model of events destination image transfer. *Journal of Travel Research*, 69-82.
- Edgell, D. (2016). *Managing sustainable tourism: a legacy for the future*. Routledge.
- *Euromonitor International*. (23 de dezembro de 2019). Obtido de Euromonitor International: <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2019-100-cities.html>
- Ferreira, M. R. (2001). *Planeamento e desenvolvimento. Investigação em turismo - ciclo de debates*. Lisboa: Lidel.
- Getz, & Page. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593 – 631.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, research and policy*.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Calgary: Elsevier*.
- Gonçalves, S. (2017). *‘Os eventos e a animação turística’*. Lisboa: Lidel.
- Hildebrandt, T., & Isaac, R. (2015). The tourism structures in central Vietnam: Towards a destination management organisation. *Tourism Planning & Development*.
- Isidoro, A., Simões, M., Saldanha, S., & Caetano, J. (2013). *Manual de Gestão e Organização de Eventos*. Edições Sílabo.
- Jago, L. C. (2003). “Building events into destination branding: Insights from experts”. *Event Management*, pp. 8(1), 3-14.
- Knott. (2015). The nation branding opportunities provided by a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 46-56.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Liu, Y. D. (2014). Cultural events and cultural tourism development: Lessons from the European Capitals of Culture. *European Planning Studies*. pp. 498 – 514.
- Lobato, E. (2014). Avaliação da gestão da sustentabilidade de eventos. *Avaliação da gestão da sustentabilidade de eventos*.

- Lundberg, D. (2013). Commensurability and sustainability: Triple impact assessments of a tourism event. *Tourism Management*, 37, 99-109.
- Lundberg, D. E. (1990). *The tourist business*. Nova Iorque: Van Nostrand Reinhold.
- Makower, J. (2009). *A economia verde: descubra as oportunidades e os desafios de uma nova era dos negócios*. São Paulo: Gente.
- Marques, L. (2011). *Cidades de Eventos: o Caso de Lisboa*.
- Matias, M. (2007). *Organização de Eventos – Procedimentos e Técnicas*. Barueri: Manole Ltda.
- McCartney, G., & Osti, L. (2007). “From Cultural Events to Sport Events: A Case Study of Cultural Authenticity in the Dragon Boat Races”. *Journal of Sport Tourism*, 12(1), 25-40.
- Mill, R., & Morrison, A. (. (2006). *The Tourism System, 5ª edição*. Iowa: Kendall.
- *Ministério do Turismo Brasileiro*. (s.d.). Obtido de Ministério do Turismo Brasileiro: <http://www.turismo.mg.gov.br/component/content/article/42/297-turismo-cultural?format=pdf>
- Miranda, M. (2012). *Os eventos como contributo para a diferenciação de um destino turístico: o caso do programa Algarve - os eventos de animação e música Pop*.
- Moutinho, L. (1987). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 5–44.
- Organização Mundial do Turismo. (junho de 2003). *Turismo Internacional - Uma perspectiva global. 2ª ed.* Nova Iorque: Bookman.
- Organização Mundial do Turismo. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics*. Nova Iorque.
- Pavlukovic, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals’ attitude toward events in Serbia and Hungary? *Tourism Management*, 63, 42-53.
- Pedro, F. C. (2007). *Gestão de Eventos*. Lisboa: Quimera.
- *Pordata*. (junho de 2018). Obtido de <http://www.pordata.pt>
- Quivy, R., & Campenhout, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Quivy, R., & Campenhout, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais (5ª ed.)*. Lisboa: Gradiva.

- Ribeiro, J. C. (2005). *Importância da Celebração de Eventos Culturais para o Turismo do Minho-Lima: um estudo de caso.*
- Ribeiro, S., & Ferreira, L. (2009). As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization.* Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Rocha, G. (2011). *'Um olhar sobre eventos: Uma análise sob o ponto de vista conceitual'.*
- Rodrigues, C. (2012). *O turismo de eventos culturais em Lisboa: Santos Populares.* Estoril.
- Rosa, D. (2018). *Contributos para a implementação do conceito de evento sustentável à Feira de Maio de Leiria.* Leiria.
- Shone, A., & Parry, B. (2010). *Successful Event Management: A Practical Handbook.* Cengage Learning College.
- Simões, M. (2012). *Os eventos e a atractividade e competitividade turística das cidades: O caso de Lisboa.*
- Sousa, J. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa de Comunicação e dos Media, 2ª edição.* Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.
- Tachizawa, T. (2006). *Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira.* São Paulo: Atlas.
- Valls, J., Bustamante, X., Guzmán, F., & Vila, M. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles.* Ediciones Gestión: Planeta DeAgostini Professional y Formación, S.L.
- Vieira, J. (2012). *Cultura: Os Santos Populares na tradição portuguesa. Cultura: Os Santos Populares na tradição portuguesa.*
- Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da Teoria à prática.* Lisboa: Edições Sílabo,Lda.
- *Visit Lisboa.* (14 de julho de 2019). Obtido de Visit Lisboa: <https://www.visitlisboa.com/>
- *Visit Lisboa.* (15 de novembro de 2019). Obtido de Visit Lisboa: <https://www.visitlisboa.com/>
- Watt, D. (2004). *Gestão de Eventos em Lazer e Turismo.* Porto Alegre: Bookman.
- *World Travel and Tourism Council.* (2016). Obtido de <https://www.wttc.org/>

- Zanella, L. (2004). *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. 2ª Edição*. São Paulo: Atlas.

### **Webgrafia:**

- Visit Lisboa [Online], disponível em: <https://www.visitlisboa.com/> [Acedido em 21 de setembro 2019].
- Descubra Lisboa [Online], disponível em: <https://descubralisboa.com/> [Acedido em 22 de setembro 2019].
- Time Out [Online], disponível em: <https://www.timeout.pt/lisboa/pt> [Acedido em 22 de setembro 2019].
- Lisboa Cool [Online], disponível em: <https://lisboacool.com/> [Acedido em 24 de setembro 2019].
- Viagem para Lisboa [Online], disponível em: <https://viagemparalisboa.com/> [Acedido em 26 de setembro de 2019].
- Lisboa na rua [Online], disponível em: <https://www.culturanaRua.pt/> [Acedido em 1 de outubro 2019].

## ANEXOS

### Anexo I - Inquérito

No âmbito de uma dissertação de Mestrado na área de Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Eventos, subordinada ao tema “Os impactes socioambientais de um evento num destino turístico: Caso de estudo “Santos Populares de Lisboa”, peço a sua colaboração, respondendo às perguntas que se seguem.

Os dados recolhidos são totalmente anónimos e serão usados apenas para fins académicos.

#### 1. Dados sociodemográficos

---

- 1.1 Género            Masculino                       Feminino
- 1.2 Idade            < 18       18-30       31-50       > 50
- 1.3 Nacionalidade    Portuguesa                       Outra
- 1.4 Se referiu "portuguesa" na pergunta anterior, então: Qual o seu concelho de residência?

\_\_\_\_\_

#### 2. Evento- Santos Populares de Lisboa

---

- 2.1 Conhece o evento "Santos Populares de Lisboa"?    Sim       Não
- 2.2 Costuma frequentar o evento?    Sim       Não       É a primeira vez
- 2.3 Se sim, com que regularidade?    Todos os anos       De dois em dois anos
- Outro \_\_\_\_\_
- 2.4 Em que medida considera os Santos Populares importantes para o desenvolvimento de Lisboa, enquanto destino turístico? \_\_\_\_\_
- 2.5 Quais as suas principais motivações enquanto visitante do evento?    Convívio
- Gastronomia       Música       Marchas populares       Outro
- 2.6 Se colocou "outro" na resposta anterior, especifique qual: \_\_\_\_\_

2.7 Classifique as seguintes afirmações, utilizando uma escala de 1 a 5, em que: 1- discordo totalmente; 2- discordo; 3- não concordo nem discordo; 4- concordo; 5- concordo totalmente.

	<b>Afirmação</b>	<b>DT</b>	<b>D</b>	<b>NCND</b>	<b>C</b>	<b>CT</b>
<b>2.7.1</b>	Os Santos Populares são uma expressão cultural da cidade de Lisboa.	1	2	3	4	5
<b>2.7.2</b>	No evento tenho oportunidade de conhecer melhor a cultura local.	1	2	3	4	5
<b>2.7.3</b>	Os Santos Populares contribuem para a valorização da cidade de Lisboa.	1	2	3	4	5
<b>2.7.4</b>	Os Santos Populares promovem o convívio entre moradores e visitantes do evento.	1	2	3	4	5
<b>2.7.5</b>	Os Santos Populares divulgam e difundem Lisboa no mundo.	1	2	3	4	5

### 3. Impactes

---

3.1 Classifique as seguintes afirmações, utilizando uma escala de 1 a 5, em que: 1- discordo totalmente; 2- discordo; 3- não concordo nem discordo; 4- concordo; 5- concordo totalmente.

	<b>Afirmação</b>	<b>DT</b>	<b>D</b>	<b>NCND</b>	<b>C</b>	<b>CT</b>
3.1.1	Os Santos Populares geram impactes socioculturais em Lisboa.	1	2	3	4	5
3.1.2	Os Santos Populares contribuem para integração e interação com os turistas.	1	2	3	4	5
3.1.3	Os Santos Populares contribuem para um aumento de lixo nas ruas de Lisboa.	1	2	3	4	5
3.1.4	Deveriam deixar de ser usados os habituais copos e pratos de plástico.	1	2	3	4	5

3.1.5	Existem poucos contentores nas ruas durante o evento.	1	2	3	4	5
3.1.6	O evento causa distúrbio aos moradores dos bairros onde o mesmo acontece.	1	2	3	4	5
3.1.7	Deveria existir uma maior preocupação por parte da CML na limpeza das ruas.	1	2	3	4	5
3.1.8	2 da manhã é uma boa hora para terminar o evento.	1	2	3	4	5
3.1.9	O horário para o término do barulho noturno deveria ser mais limitado.	1	2	3	4	5
3.1.10	De forma a contribuir para um ambiente menos poluído, não deveria ser permitida a circulação de carros em Lisboa durante estes dias.	1	2	3	4	5

3.2 Para além do já referenciado, na sua opinião, um evento desta natureza gera impactes ambientais negativos? Sim  Não

3.3 Se sim, quais considera serem os mais relevantes? (indique no máximo três)

\_\_\_\_\_

3.4 Porquê? (justifique cada um respetivamente)

\_\_\_\_\_

3.5 Por último, refira o suporte onde foram servidos os alimentos consumidos:

Pratos de alumínio

Pratos de plástico

Pratos de barro

Pratos de cartão

Obrigada pela sua colaboração.